

في فلسفة اللغة والإعلام

الدكتور هادي نعمان الهيتي
عميد كلية الإعلام - جامعة بغداد

الدار الثقافية للنشر

في فلسفة اللغة والإعلام

الدكتور هادي نعمان الهيتي
عميد كلية الإعلام - جامعة بغداد

الدار الثقافية للنشر

نعمان الهيتي ، هادي
في فلسفة اللغة والإعلام
هادي نعمان الهيتي ـ ط١ ـ القاهرة : الدار الثقافية للنشر ، ٢٠٠٦ .
١٤٤ ص ، ٢٤ سم
تدمك ٩٧٧ ـ ٣٣٩ ـ ١٩٦ ـ ٥
رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ١٧٩٤٤/ ٢٠٠٦
إعلام ـ
العنوان : في فلسفة اللغة والإعلام

الطبعـــة الأولـــى

١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧ م

صندوق بريد ١٣٤ بانوراما ١١٨١١

تليفاكس ٤٠٢٠٥١٥ ـ ٤٠٣٥٦٩٤ ـ ٤١٧٢٧٦٩

Email: nassar@hotmail.com

بسم الله الرحمن الرحيم

مُقَدِّمَة

مثلما أخضعت العلوم الطبيعية ظواهر الطبيعة للفكر العلمي فإن العلوم السلوكية، هي الأخرى، أخضعت الفعاليات الإنسانية لشروط ذلك الفكر الأمر الذي أتاح للإنسان أن "يفهم" تلك الظواهر فهماً صحيحاً، وأن "يكيفها أو يتكيف" معها تبعاً لظروفه وحاجاته، وأن يتنبأ باليات تغيرها:

ومن بين الفعاليات الإنسانية التي ترجع بقدمها إلى بدء الحياة الاجتماعية للإنسان، والتي خضعت، حديثاً للتفكير العلمي: فعالية اللغة، وفعالية الاتصال. وآل ذلك إلى: أنه في الوقت الذي ظل كل من اللغة والاتصال سلوكاً إنسانياً ونظاماً رمزياً أصبح لكل منهما ذخيرة منهجية قائمة بذاتها، هي علم اللغة، وعلم الاتصال.

وقد آل ظهور هذه العلوم إلى تغيرات في الاصطلاح على تلك الظواهر، وفي نظرة الإنسان إليها، وفي تحديد طرائق التعامل معها، وفي حركة تطويرها.

وفي هذا العصر الذي يوصف بأنه عصر الاتصال، يتطلب الأمر منظوراً متجدداً إلى اللغة مثلما يتطلب منظوراً متجدداً إلى الاتصال نفسه لما بين الاتصال واللغة من تكامل دفعت إليه تطورات الحياة الإنسانية بما فيها التفاعل الإنساني من جهة وضوابط التفكير العلمي من جهة أخرى، ذلك أن مجمل هذه التطورات تتبادل التأثير مع كثير من الظواهر السلوكية بما فيها الفعاليات الاتصالية والفعاليات اللغوية.

وإذا كان المنظور الحديث للغة يرى فيها نظاماً من الرموز اللفظية وغير اللفظية التي تتضمن المعاني، فان المنظور الحديث للاتصال يرى فيه عملية ترامز؛ أي تبادلا للرموز. ومن هنا يتضح أن الاتصال بمستوياته

المختلفة يتعامل باللغة، إذ هو يستند إلى تبادل المعاني من خلال اللغة عن طريق الإعلام أو الدعاية أو العلاقات العامة أو الإعلان. وأن نماذج وأخلاقيات هذه الأنماط الاتصالية تفرض أن تكون اللغة هي النظام الرمزي الوحيد للوصول بالفعالية الاتصالية إلى بناء.

وإذا كانت مبادئ علم الاتصال وأخلاقيات عملياته قد أقرت أن يستعين الإنسان باللغة دون غيرها في صوغ الاتصال، فأن هذا يعني أن الاتصال هو أبرز وظائف اللغة.

وقد تحققت للاتصال مجالات تطور على كل صعيد، إذ هو، لم يقتصر على مستوى التكنولوجيا وحدها بل على صعيد فنون صياغة الرسائل الاتصالية وتقديمها.

وإذا كانت التطورات التكنولوجية قد تحققت بفضل إبداعات الإنسان في العلوم الطبيعية والرياضية، فان فنون صياغة رسائل الاتصال قد تطورت بفضل إبداعات الإنسان في التعبير عن نفسه وفي تصوير المواقف وفي تجسيد الأفكار، إذ أمكن له أن يمسك بناصية اللغة ويطوعها نظاماً تبدو له كل ملامح القوة والجمال والوضوح في حمل الأفكار والمشاعر.

ومن هنا، إذا كانت التطورات الواسعة قد تحققت في مجال الاتصال آلياً وتكنولوجياً، فان ذلك قاد إلى تطورات في الصياغة الفنية للرسائل، فكانت اللغة هي اللحمة والسدى في كل الأنسجة الفنية والأبنية الجمالية

ولما كان الذوق البشري من السعة والتنوع بحيث لا يمكن له أن يرتوي بصياغات لغوية محددة أو مكررة، لذا تظل قضيه إثراء اللغة لمسايرة تطورات الاتصال وظيفة دائمة وهدفاً مستمراً.

وثورة الاتصال بالجماهير تشكل اليوم انعطافاً في استخدام اللغة، حيث أن مجمل تطورات الاتصال، على مستوى الوسائل وأساليب تجسيد المعاني، ألقى على اللغة تبعات إضافية، ورتّب الأخذ بما انتهت إليه الدراسات العلمية في مجال الاتصال الإنساني من جهة، واللغة من جهة أخرى.

والاتصال، في وطننا العربي، هو في حاجة مستمرة إلى البحث العلمي من خلال إخضاع ظواهره لمنظور العلم، خاصة بعد أن تبلورت في العالم أبنية منهجية للاتصال بما فيه الاتصال الجماهيري، كما أن اللغة، هي الأخرى، في حاجة ماسة إلى التناول العلمي، وخاصة بعد أن ظهرت فيها مشكلات متعددة.

وهذه الدراسات، التي تضمنها هذا الكتاب، ألقت بالتحية إلى العربية دون أن تستبقها بمقدمات طويلة، وصافحتها دون أن تشد على اليدين بقوة، ذلك أنها لم تكن تريد أن تبعث لها مظاهر الرضا، ولم تكن، في الوقت نفسه، تريد أن تبدي لها التجهم، لذا تعاملت، بقدر من الموضوعية مع العربية، في وظيفتها الاتصالية في ظل ظروف الحاضر والمستقبل، ولم تخل هذه الدراسات من المحاولات التقويمية، ولم تنصرف عن المحاولات النقدية، خاصة وإنها وضعت نصب العين أن أي لغة تتطلب أن يسهم الفكر العلمي في إثرائها، وفي تهيئتها للحاضر الجديد كي تستطيع مواكبة تداعيات المستقبل.

الدكتور هادي نعمان الهيتي

Email: hadihity@hotmail.com

بغداد في ١٩ من شعبان ١٤٢٧ هـ

الموافق ١٢ من سبتمبر ٢٠٠٦ م



الدراسة الأولى : اللغة في عملية الاتصال الجماهيري

الفصل الأول : منهجية البحث

أولاً: موضوع البحث

يقوم الاتصال (Communication) على عملية تناقل المعاني بين الأطراف، ويشيع في اللغة العربية مصطلح "الاعلام" ليشير إلى أكثر من نوع من عمليات الاتصال، وليس لمصطلح "الإعلام" مرادف بهذا المعنى الشامل في اللغات الأخرى "حيث أن كلمة "الاعلام" تكاد أن تكون مصطلحاً عربياً متفرداً يصعب إيجاد ترجمة أجنبية له، لأنه يشمل جانباً من كلمة اتصال، وآخر من كلمة معلومات (Information) وشيئاً من كلمة (Renseignment) الفرنسية(1) فضلاً عن أنه من الصعب تحديد ماهية، الاعلام تحديداً أكاديمياً جامعاً، لأن اللفظة متداولة في الميادين التقنية، والعلمية، والشعبية، بدون إلتفات دقيق إلى ما تدل عليه(2)، لذا فإن مصطلح "الاتصال" بدأ يحل شيئاً فشيئاً في الدراسات العلمية وفي الاستخدام الأكاديمي في الوطن العربي ليشير إلى فن انتقال المعاني بين الأطراف.

ويعد الاتصال عملية ترامز، حيث يستعين الطرف المرسل في العملية الاتصالية بالرمز في التعبير عن المعاني، في وقت يتولى المستقبل فك رموز الرسالة لكشف دلالتها، ومن هنا جاءت تسمية هذه العملية بالاتصال الرمزي. (Symbolic Communication)

والرموز هي ما يستخدم عمداً ليحل محل شيء أو معنى آخر، دون أن تكون بالضرورة صلة بين الرمز وبين ما يحل محله. وتكون الرموز، في العادة، واضحة، إذ ينبغي أن تكون مرئية أو مسموعة أو موضع إحساس انفعالي، وتعد الرموز وحدات أساسية لأنظمة الاتصال، ومنها ما هو لفظي مثل كلمات اللغة المنطوقة ومنها ما هو مطبوع مثل الكلمات المطبوعة، ومنها ما هو تمثيلي(3) .

وعلى أساس ذلك فإن اللغة تحتمل جانبين احدهما لفظي ويطلق عليه اللغة اللفظية (Verbal Language) وثانيهما غير لفظي ويطلق عليه اللغة غير اللفظية (Non-verbal Language) ويتمثل الأول في اللغة المنطوقة والمكتوبة بينما يتمثل الثاني في الحركات والإشارات والألوان والأضواء والظلال والرسوم والإيماءات والعلامات(4) ويطلق عليه أحياناً اللغة اللالغوية (Non-Linguistic Language) (5) ويمكن أن تضاف إلى اللغة اللفظية أوعية صوتية أخرى غير الكلمات مثل علامات التردد والتهتهة ونغمة الصوت والضحك والبكاء وفترات الصمت أثناء الكلام وغيرها مما يصاحب التعبير اللغوي الصوتي ويخرج عن التركيب اللغوي، وقد وجد أن هذه الوحدات شبه اللغوية تحمل إلى المستقبل معان ذات فاعلية في عملية الاتصال(6).

وعلى هذا أمكن تعريف اللغة بأنها نظام من الرموز المرئية أو المسموعة اللفظية وغير اللفظية، التي تستخدم في ترميز الرسائل الاتصالية الموجهة إلى الآخرين بقصد استحضار المعاني لديهم(7).

والاتصال يستعين باللغة اللفظية واللغة غير اللفظية معاً، الا أن اللفظ يحظى بحيز كبير، في الغالب.

ويقسم الاتصال على أنواع متعددة تبعاً لمعايير مختلفة، كمعيار الهدف العام للاتصال، كالقول: إعلام (أو إخبار) أو دعاية أو إعلان أو حرب نفسية، أو تبعاً للوسيلة المستخدمة كالقول: اتصال إذاعي، أو اتصال تلفزيوني أو اتصال صحفي، أو تبعاً للحاسة التي تستقبل الاتصال كالقول اتصال مسموع أو اتصال مرئي، أو تبعاً للموقف الاتصالي كالقول الاتصال المواجهي، أو الاتصال الجماهيري او الاتصال الوسيطي.

وموضوع هذا البحث يركز على اللغة في عملية الاتصال الجماهيري (Mass Communication) ويتمثل هذا المستوى من الاتصال في بث رسائل إلى جمهور كبير وغير متجانس، وغير معروف شخصياً بالنسبة إلى المصدر، مع الاستعانة بوسائل لنقل الرسائل: كالراديو والتلفزيون والصحافة والسينما والكتب. ويتخذ اتجاهاً واحداً من المصدر إلى

المستقبلين دون أن يتحول المصدر إلى مستقبل الا في حالات قليلة. ويتحقق في الاتصال الجماهيري، عادة، تفاعل هو ما يمكن أن يسمى تفاعلاً اتصالياً غير مباشر.

ومنذ أن ظهرت وسائل الاتصال الجماهيري، برزت تساؤلات عديدة حول أساليب استخدامها واحتمالات تأثيرها، واتجاهات ذلك التأثير، كما ظهر تساؤل على قدر كبير من الدقة، وهو: هل يترتب على وسائل الاتصال الجماهيري أن تستعين بلغة ما، تختلف عن اللغة المستخدمة في الحياة العادية، أو المستخدمة في الأدب أو تلك المستخدمة في العلوم وسرعان ما وجد مثل ذلك التساؤل إجابة، هو: أن تشكيلة جمهور هذه الوسائل، بما له من سعة، وتباين في المستويات، ووجود أفراده في أمكنة مختلفة، وانتمائيهم إلى فئات مختلفة، وولائيهم لأفكار وعقائد واتجاهات متباينة تحتم استخدام لغة يستطيع أولئك الأفراد فهمها، مع التقليل قدر الامكان من كل العوامل التي قد تحرف في معاني اللغة. كما وضعت تلك الإجابة مؤشراً آخر هو الوسيلة التكنولوجية نفسها. إذ هي بفعل خصائصها، واستقبال كل منها من قبل الجمهور بحاسة أو أكثر تفرض أسلوباً لغوياً متميزاً... لكن الوصول إلى تلك الإجابات كان يحمل أطراً عامة غير تفصيلية. لذا ما تزال مسألة اللغة في الاتصال الجماهيري موضوع الاهتمام من قبل العاملين في الاتصال عموماً.

وعلى المستوى الأكاديمي كان الالتفات إلى اللغة في وسائل الاتصال الجماهيري قد تحقق منذ بدء التفكير بتدريس الصحافة وسيلةً من وسائل الاتصال الجماهيري، حيث كان شارل وايليوت رئيس جامعة هارفرد في السنوات الأولى من القرن العشرين قد اقترح منهاجاً لتدريس الصحافة يضم سبع مواد أساسية في مقدمتها: لغة الصحافة(9).

وظهور وسائل الاتصال الجماهيري يمثل انطلاقة جديدة في اللغة، لأن استخدام تلك الوسائل التي تتوجه إلى جمهور واسع، في أماكن مختلفة، قد اتاح للصوت الإنساني ممثلاً باللغة أن يتجاوز طاقته الطبيعية المحدودة إلى الامتداد إلى مدى واسع، ومن هنا جاء تأكيد مارشال ماكلوهان أن وسائل الاتصال الجماهيري تمثل امتداداً لحواس البشر.

وقد أصبحت اللغة، مكتوبة، ومنطوقة، في عصر ثورة المعلومات أو ثورة الانفجار المعرفي، أو ثورة الاتصالات، أبرز ملامح العصر الجديد، إذ تلعب هذه الوسائل دوراً كبيراً في الحضارة الحديثة، فقد اتسعت وانتشرت حركة تناقل الأفكاربحيث تطلب ذلك لغة ثرية وواسعة للتعبير عنها عن ذلك . وباتت اللغة عبر وسائل الاتصال الجماهيري تحيط بحياة الناس في كل مكان وفي كل ساعة من ساعات اليقظة، كما انها أثرت في الوعي، حيث ان تطور وسائل الاتصال الجماهيري يرتبط بنمو الوعي اللغوي(10) وعدت وسائل الاتصال الجماهيري أدوات الثورة اللغوية في الحياة المعاصرة، ونظر الكثيرون إلى الاعلام والدعاية والحرب النفسية والإعلان على انها مظاهر الثورة اللغوية إذ يستعان باللغة للتأثير في عقول الناس وعواطفهم.

وقد رافق ظهور وسائل الاتصال الجماهيرية تبلور أنواع جديدة من البحوث العلمية، وأصبحت اللغة موضع اهتمام علمي أكبر، في وقت كانت اللغة -حتى وقت قريب -موضع دراسة علماء اللغة الذين يهدفون إلى تمييز عناصرها والقواعد المستخدمة في تراكيبها أو تأليفها في بناء كلي، ولهذا ظلت جوانب كثيرة في اللغة لم تتحقق دراستها بكفاءة، حتى ظهرت دراسات أخرى ترى في اللغة عملية سيكولوجية، وأخرى ترى فيها عملية اجتماعية الأمر الذي ساعد على تبلور علم اللغة ونموه، وظهور علوم أخرى مثل علم النفس اللغوي. ويعد هذا الأخير مثالاً على التفاعل المكثف للأفكار بين مجالين هما علم اللغة وعلم النفس المعرفي(11)، أما علم اللغة الاجتماعي فيمثل دراسة اللغة في علاقتها بالمجتمع(12)

ولما كانت اللغة نظاماً من الرموز الشفهية والمكتوبة يستخدمها المجتمع اتفاقياً لنقل المعاني وتحقيق الاتصال(13) فانها تعمل وعاءً للتفاعل بين الأفراد ولنقل واستقبال المعاني، حيث أن لها وظيفة تجريدية تتمثل في تكوين الأفكار التي تجرد الواقع وتختزله في شكل رموز تمكن الإنسان من فهمه وضبطه بدرجة أكبر، فضلاً عن انها تصنف الأشياء والأحداث والعمليات المختلفة.

ومع ما للغة اللفظية من مقومات وخصائص فانها تبدو في بعض الأحيان قاصرة عن الوفاء بوظائف حيوية واجتماعية وفنية(14) حيث أن اللغة اللفظية لا تكفي وحدها لتزويد المستقبل بالمثيرات الحسية اللازمة التي توجهه أو تدفعه إلى التجاوب بالسلوك المطلوب، لأكثر من سبب في مقدمتها أن اللغة رموز اصطلح عليها واستعيض بها عن تجارب الواقع كي يسهل على الناس تبادلها ونقلها للآخرين، ولا يكون النقل كاملاً للتجارب بحيث يبعث في المستقبل ما يريده المرسل الا إذا كانا قد مرا في الواقع بالخبرات نفسها(15)، ومع هذا فإن عمليات الاتصال تجسد المعاني بما ينطوي على امرار الأفراد في بعض التجارب والخبرات فكرياً مما يشكل خبرات عوضية أو بديلة.

وتعد وسائل الاتصال الجماهيري ناقلة ومجسدة للمعاني اعتماداً على أشكال لغوية تتمثل في الرسائل (Message) حيث ينطوي الاتصال الجماهيري على فن نقل الرسائل عبر وسائل محددة مع تجسيد تلك الرسائل بالاستعانة باللغة اللفظية واللغة غير اللفظية وإيصالها إلى جمهور واسع. وعلى هذا تبدو "اللغة" عاملاً أساسياً في عملية الاتصال الجماهيري، لذا فإن موضوع هذا البحث يتركز في الربط بين اللغة وبين عملية الاتصال الجماهيري .

ثانياً: أهمية البحث

تبدو أهمية البحث في تشخيصه كيفية اكتمال عملية الاتصال الجماهيري اعتماداً على اللغة، بوصفها عملية فيزيائية ونفسية واجتماعية معقدة، وباعتبار الاتصال، هو الآخر، عملية معقدة ذات عناصر متداخلة ومتكاملة، حيث تنطوي العمليتان على مكونات أساسية واحدة: برغم تباين انتظامها وسريانها، فالاتصال ينطوي على مرسل ورسالة ومستقبل، مثلما ينطوي الكلام على متكلم (مرسل) ورسالة ومخاطب) مستقبل)، لذا فإن الربط بين اللغة وبين الاتصال الجماهيري يكتسب أهمية لاعتبارات متعددة في مقدمتها ان اللغة تتكامل مع الاتصال الجماهيري في كون السلوك اللغوي والسلوك الاتصالي يشكلان عمليتين إنسانيتين لا يمكن لاحداهما أن تتحقق في معزل عن الأخرى، الا أن الملاحظ أن

البحوث التي تناولت الربط بينهما لم تعط اللغة مؤشرات محددة في عملية الاتصال الجماهيري، واكتفت بتناول اللغة في "وسائل" الاتصال دون أن تلتفت إلى اللغة في كل مفردة من مفردات عملية الاتصال المتمثلة بالمصدر والرسالة، والوسيلة، والجمهور، لذا فإن ما وضع عن لغة الاتصال أو ما أطلق عليه (لغة الاعلام (هي جهود لم تأخذ في الاعتبار سياق عملية سريان الاتصال التي يعد الاتصال مجموعة من تلك العمليات، ولم تأخذ في اعتبار ما يحصل للغة المرسل من تغيرات في كل مرحلة من مراحل العملية، وعلى هذا ظلت اللغة في هذا المجال أمراً فيه قدر كبير من الإبهام في العناصر المختلفة لعملية الاتصال، خاصة وأن لغة المرسل الاتصالي ليست هي لغة الجمهور، وإن لغة المرسل حين تتشكل في رموز الرسالة تؤثر فيها عوامل متعددة، وكذا الحال عند انتقال اللغة عبر الوسيلة، حيث تطرأ عليها عدة تغيرات، فضلاً عن أن الجمهور يفهم اللغة الواصلة إليه، بعد مرورها عبر وحدات العملية الاتصالية بشكل فيه قدر من التباين عما كان يقصده المرسل، فضلاً عما يفعله الاضطراب الدلالي وأخطاء الحواس من تغييرات.

وفوق هذا وذاك، فإن هناك مسألة جوهرية أخرى ذات بعد اجتماعي، وهي أن اللغة الواصلة إلى الجمهور ذات تأثير فيهم، حيث لا يتأثر الجمهور بالمضمون وحده، بل باللغة أيضاً.. كما سنرى فيما بعد.

وهنا تتضح الإشكالية التي انتهت إليها الدراسات التي عنيت باللغة في وسائل الاتصال الجماهيري، حيث ان هناك دراسات فيها قدر من العمومية عن لغة الصحافة، أو لغة الإذاعة أو لغة التلفزيون أو لغة السينما، وهي في مجملها، كانت قد اكتفت بمؤشرات غير معتمدة على معيار، كالقول أن لغة هذه الوسائل ينبغي أن تكون بسيطة، أو مشرقة، أو جذابة، أو ما إلى ذلك، في الوقت الذي لا تمثل فيه هذه الصفات احكاماً أو معايير لأنها ذوقية أو ذاتيه.

وقد ركز هذا البحث على ((اللغة)) في كل وحدة من وحدات عملية الاتصال الجماهيري، واعقب ذلك، التركيز على اللغة بعد أن يتلقاها الجمهور وما تفعله من تأثيرات سلوكية بفعل ما تشيعه من أجواء، فضلاً عن مراعاة العوامل الخارجية التي لها تأثيرها في إدراك اللغة.

ثالثاً: هدف البحث

يهدف هذا البحث إلى تحديد دور اللغة في عملية الاتصال الجماهيري وتشخيص العوامل المؤثرة فيها، في كل بعد من ابعاد العملية، مع تحديد علاقة اللغة بما يحصل للجمهور من أجواء شعورية وفكرية وسلوكية أخرى عند تعرضهم لوسائل الاتصال الجماهيري، من منظور العلوم الحديثة ذات العلاقة باللغة من جوانبها الدلالية والنفسية والاجتماعية، وذات العلاقة بعلم الاتصال بالجماهير أيضاً.

ومع أن البحث يتناول اللغة بوصفها نظاماً من الرموز، بوجه عام، دون تحديد لغة بعينها، الا ان البحث يتيح للمختصين في الاعلام والعاملين فيه وضوحا في استخدام اللغة بوصفهم قائمين بالاتصال ومرمزين، إذ يحدد البحث سريان اللغة في عملية الاتصال والتأثيرات الخارجية والداخلية التي تحصل لها بفعل العوامل المختلفة، الامر الذي يمهد لهم تلافي بعض أوجه القصور في التوجه الاتصالي الذي تعد اللغة أساساً له، خاصة وان استخدام اللغة العربية في وسائل الاتصال الحديثة ما يزال يواجه مواقف كثيرة تلاحظ آثارها باستمرار على صعيد الاتصال الجماهيري الوطني والقومي والدولي.

رابعاً: منهجية البحث

يتناول هذا البحث موضوع الاتصال باعتباره عملية (Process) حيث تأكد ان الاتصال لا بد أن يدرس على انه عملية تؤثر فيها اعتبارات كثيرة، إذ يقود ذلك إلى فهم الاتصال فهما متكاملاً، لأنه يأخذ في الاعتبار ابعاد العملية وظروفها والعوامل الأخرى المؤثرة فيها(16)

وتفرض إجراءات البحث الاستناد إلى بناء منهجي، كالنظريات - مثلاً - ليتاح للباحث التعامل مع الواقع تفاعلاً علميا(17) الا أن نظرية لم تتحقق في علم الاتصال حول سريان العملية من المرسل إلى الجمهور، وهنالك عدد من النماذج (Models) التي تعد دون مستوى النظرية لكنها قد تتحول إلى النظرية عندما يتأيد الفرض المتضمن فيها(18) .

وعلى هذا ، فإن الوصول إلى حقائق جديدة عن عملية الاتصال يفرض الرجوع إلى نموذجٍ من نماذج الاتصال. وفي موضوع بحثنا هذا يترتب الرجوع إلى نموذج ضماناً لبحث اللغة عبر مراحل سريانها في ابعاد النموذج وما يحدث لها من تغيرات وما يزيد من وقعها أو ما يضفي عليها من عناصر نفسية واجتماعية في كل من تلك الابعاد.

والنموذج قريب من النظرية (Theory)، كما أنه قريب من المفهوم الإجرائي الذي يستمد قيمته بالدرجة الأولى من قابلية الإجرائية أي قدرته على منح فرصة للفهم والتحليل، حيث يستعان به حين لا تكون القوانين التجريبية المحصل عليها في مجال معين كافية لتفسير الظواهر المدروسة.. أي أنه يتيح النظر إلى الوقائع في ضوئه، واكتشاف وقائع جديدة بهدي منه.. وتتضح قيمة المفهوم الإجرائي في حالة غياب القانون العلمي(19) أيضاً. ويعد النموذج عنصراً من الأبنية المنهجية.

واستخدام النموذج من العناصر الأساسية للمنهج غير التجريبي في البحث العلمي، إذ أن وضع النموذج هو طريقة لقياس الابعاد والجوانب الممكنة نظرياً لمفهوم معين.. والتجربة الفكرية تعد عملية ذات طبيعة عقلية استنتاجية ترافق البحث العلمي باستمرار، وتستمد هذه العملية وظيفتها الخاصة المتميزة في البحث من حيث انها تسمح بتحليل مفهوم معين من نواحيه المختلفة، أي إجراء تجارب فكرية عليه، وعن هذا الطريق يمكن التوصل إلى اكتشافات ذات أهمية، تتحول فيما بعد إلى خيوط موجهة لعملية البحث الفعلية، وهذه هي نفسها الأسس التي تقوم عليها النماذج المعروفة في العلوم الإنسانية(20) بما فيها علم الاتصال. ومن النماذج المعروفة والشائعة في علم الاتصال، نموذج هارولد لاسويل وشانون وويفر وشرام وتشايفر وكثيرين غيرهم(21) .

ويلاحظ أن لواضعي هذه النماذج أطراً مرجعية مختلفة، الامر الذي يجعل لأغلبها سمة ذاتية واضحة إلى جانب السمات الموضوعية، يضاف إلى ذلك ان النماذجِ المعروفة في علم الاتصال الجماهيري في مجملها لم تول اللغة، خصوصاً، والرموز عموماً الاهتمام اللازم، برغم ان الاتصال في أساسه هو سلوك لغوي ونشاط رمزي.. ويرجع ذلك إلى أسباب متعددة من

أبـرزها ان واضـعي الـنماذج المعـترف بهـا علمـياً حتـى الآن كانـوا مـن اختصاصات أخرى كالسياسة أو الرياضيات أو الهندسة أو السبرنطيقا، أو علـم الاجـتماع اوعلـم الـنفس، وحتـى أولـئك الـذين كـان تخصـصهم الاتصال لم يولوا مسألة اللغة ما تستحق من اهتمام عند وضعهم النماذج.

ومـن هـنا كـان أمر تناول اللغة في الاتصال الجماهيري علمياً تقف أمامه صعوبة منهجـية.. وهـذا الموقـف جعـل الـباحث أمـام فرصـتين أولاهمـا: أن يتحقق البحث على وفق طريقة أو أكثر من الطرائق الوصفية، وفي هذه الحالـة لا يتاح الـربط المنهجـي بـين اللغـة وبـين الاتصـال الجمـاهيري بأكثر مما سبق أن قيل في هـذا المجـال والـذي لم يقـدم الإضـافات العلمية الـتي تقتـضيها مـسألة إحـداث الـتواؤم بـين اللغــة وبــين متطلـبات الاتــصال الجمـاهيري. امـا الفرصة الثانية فهـي أن يلجـأ الباحث إلى تركيب مفهوم علمـي اعـتماداً علـى أسـس وقـواعد ونمـاذج ونظـريات، ومـن ثـم اعـتماده مـدخلاً للبحث. وقـد تحقـق هـذا المـدخل مـن خـلال وضـع الـباحث نمـوذجاً لعملية الاتصال، يأخـذ في الاعـتبار موقـع اللغـة ووظيفتها سلوكاً رمزياً في عملـية الاتـصال الجمـاهيري، فـضلاً علـى الأخـذ بمجمـل العناصـر في العملية، مـع إضافة عنصر جديد أغفلته جميع النماذج المعروفة هـو جـو المنتهـى، أو جـو مـصير الرسـالة، وهـذا العنـصر لا تفرضـه دراسـة اللغـة حسب، بـل يفرضـه بحـث عملية الاتـصال أساسـاً -كمـا سيتم إيضاحه لاحقـاً - وبـذا تـشكـل إضافة هـذا العنـصر إمكـانـية دراسة تأثيرات اللغة بوصـفها نظامـاً يحـيط بالجمهـور، أو ظاهـرة اجتماعـية ذات تـأثيرات في المـستقبلين، وبـذا يـتجاوز هـذا المـدخل المنهجـي مـا كـان سـائداً من قبل في إيـلاء الرسـالة الأهمـية المركـزية وإهمـال أوضـاع اللغـة المـتغيرة في وحـدات عملـية الاتـصال الأخـرى، كمـا يـتجاوز الاعـتماد علـى تحليل الكـلام (Analysis of speech)وحـده اسـتناداً إلى الرسـائل الاتـصالية دون غيرهـا، حيث أن المـدخل الـذي يـتخذه علـم اللغـة في دراسـة الاتـصال الإنساني كـان يقتصر علمـي تـناول تحلـيل الـكلام مـن خـلال الرسـالة الاتـصالية(22) في وقـت تـكـون فـيه الرسـائل قـد تعرضـت عـبر سـريان عملـية الاتـصال إلى تـبدلات مـتعددة، فـضلاً عـن أن أفـراد الجمهـور يذهـبون مـذاهب شـتى في تفسير اللغة على وفق ظروف نفسية واجتماعية.

وإذا كان استخدام النماذج المعروفة أو استنباطها هو من الإجراءات المنهجية في بحوث الاتصال الجماهيري، فإن بحوث اللغة هي الأخرى كانت قد استعانت بالنماذج أيضاً، ففي الوقت الذي تهدف فيه النظريات اللغوية إلى تحليل المعطيات اللغوية المتوافرة وتفسيرها والتكهن بمعطيات جديدة من خلالها.. فإن الباحث اللغوي يجد نفسه في حالات كثيرة مضطراً إلى بناء نموذج لفهم الجانب الذي يبحث فيه، حيث يمكن للنموذج أن يكون بمثابة صورة طبق الأصل عن موضوع البحث، ويكون نظرية واضحة تتناول دراسة البنية المتوقع استنباطها، ويرتبط بناء النموذج ببنية اللغة وبسماتها وبوظائفها، وينحو النموذج إلى جعل الدراسة موضوعاً مثالياً بعض الشيء ويتعامل مع مخططات هي ضرورية لإتمام وصف المعطيات المدروسة الوصف العلمي في ضوء المنهج، ويرى الباحث اللغوي نفسه ملزماً بأن يهمل بعض الظواهر الملحوظة، وبأن يفترض وجود بعض الظواهر غير المحسوسة وذلك بهدف إلقاء أضواء جديدة على العوامل التي تسترعي الانتباه، ومن ثم التوصل إلى تفسير تلك العوامل(23)

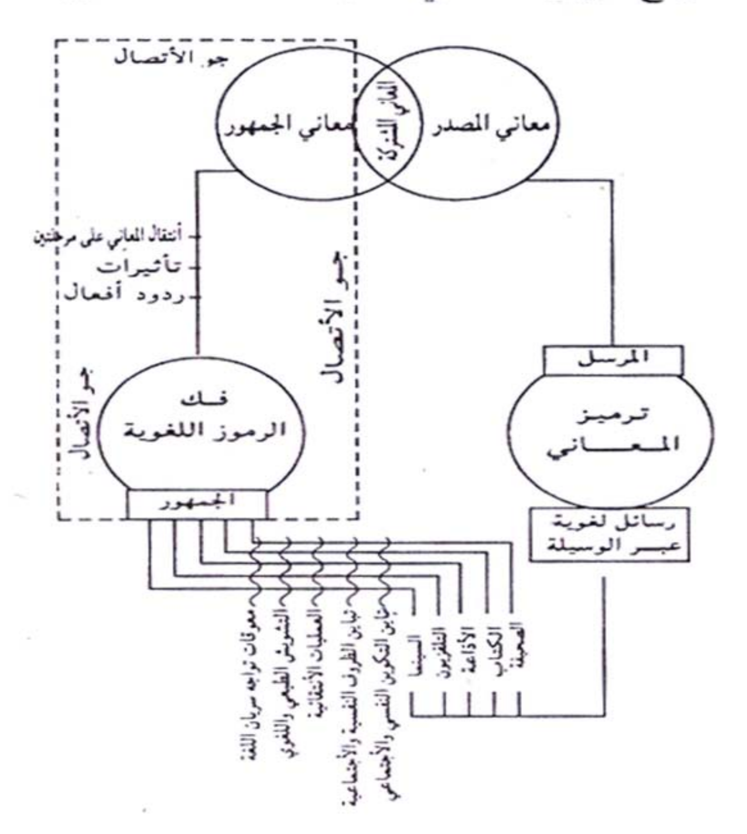
ويرى نعوم تشومسكي (Chomsky) مؤسس النظرية اللغوية التوليدية والتحويلية أن النموذج يجب أن يفسر أيضاً المعطيات اللغوية المحتمل وجودها بصورة نظرية وأن يتكهن بقضايا لغوية يتم إتباعها في مرحلة لاحقة عن طريق الملاحظة أو إجراء الاختبارات.. وتتضح قيمة النموذج عبر وضوح ودقة العلاقات التي يقدمها. حيث أن اللغة تنظيم بالغ التعقيد، ولا يمكن دراسة هذا التنظيم ما لم يتم اعتماد النشاط العلمي والتنظيري القائم على المبادئ الواضحة والملائمة وما لم يتم التركيز على المعطيات المتناسبة مع النموذج التفسيري بغية تسليط الضوء على بقية المعطيات(24)

وقد وضع الباحث في الاعتبار أن يكون النموذج قابلا للتطبيق على هذا البحث ويقود إلى تحقيق هدفه، فضلاً عن أن بالوسع تطبيقه والانتفاع به في بحوث أخرى لا تتعلق باللغة وحدها، بل بعملية الاتصال الجماهيري أيضاً.

ويتضمن النموذج:

- معاني المصدر: وتشمل ما يحمله المصدر من معلومات..
- المرسل: وهو من يقوم بتمثيل المصدر الاتصالي في تقديم المضمون.
- ترميز المعاني: وهي عملية تحويل المعاني الى لغة.
- رسالة لغوية عبر الوسيلة: وهي إعداد الرسالة على وفق الوسيلة.
- معوقات تواجه سريان اللغة.
- الجمهور: وهو اعداد الناس الذين يستقبلون الوسيلة.
- فك الرموز اللغوية: عملية يؤديها الجمهور.
- معاني الجمهور: ما يسود من أفكار بين الجمهور.
- المعاني المشتركة: الحصيلة من المعاني التي يحققها الاتصال والتي يشترك فيها المصدر مع الجمهور.
- جو الاتصال: ويشتمل على حصيلة العوامل والتغيرات المؤثرة في الجمهور، ومنها اللغة.

نموذج سريان اللغة في عملية الأتصال الجماهيري



الفصل الثاني

سريان اللغة في عملية الاتصال الجماهيري

والعوامل المؤثرة فيها

بعد أن أوضحنا في – الفصل الأول - الإطار المنهجي للبحث وانتهينا من وضع مدخل إجرائي للبحث يتمثل في نموذج سريان اللغة في عملية الاتصال بالجماهير، أصبح من الممكن تناول اللغة عبر العملية الاتصالية الجماهيرية من خلال استعراض ما يحدث للغة وما تؤديه من وظائف وما تتخذه من سمات في كل من عناصر النموذج.

ونعرض في – هذا الفصل - عناصر النموذج تحقيقاً لهدف البحث.

أولاً: معاني المصدر وتعامل المرسل باللغة

من بين ما ينتهي إليه الاتصال، المشاركة في المعاني أي المشاركة في المعلومات أو الأفكار أو المهارات أو الميول أو الاتجاهات أو المشاعر بين المرسل والمستقبلين.[25]

ويكون المصدر في عملية الاتصال الجماهيري هيأة أو مؤسسة، مثل مؤسسات الإذاعة والتلفزيون ودور النشر (الصحف والكتب) واستوديوهات الإنتاج السينمائي..

وتعبرّ المعاني التي تحرص المؤسسات الاتصالية على نقلها إلى الجمهور عن جانب من أهدافها، ويتولى المرسل (Sender) أي القائم بالاتصال الجماهيري (Communicator) تحويل تلك المعاني إلى شكل لغوي يتضمنها مستعينا بالرموز لذا يوصف بانه مرمز (Encoder) ويدفع المرسل إلى إرسال رسائله إلى الجمهور امران:

أولهما: تحقيق أهداف تتمثل فيما يريده لجمهوره.

وثانيهما: تحقيق دوافع تتمثل فيما يريده لنفسه.[26]

وفضلاً على ذلك فإن المرسل يعمل على الالتزام بسياسة المؤسسة بمدى معين، علاوة على مراعاته ضوابط نفسية واجتماعية وسياسية ومهنية ومراعاة ظروف جمهوره[27]، إلى جانب خضوعه عملياً لأجهزة وشخصيات ظاهرة أو مستترة وقوى اجتماعية ونفسية، حيث تتدخل مجمل تلك الجوانب في انتقاء المضمون وفي تشكيل الرسالة لغوياً. ويستعين المرسل باللغة اللفظية أو غير اللفظية ليوظفها في وضع المعاني في قوالب لغوية تحمل الدلالات المقصودة والتعبير عن المواقف والانفعالات والمشاعر والدوافع ممارساً عمليات عقلية معرفية أساسية في مقدمتها الإدراك، والتصور والتخيل والتذكر والتفكير.

لذا فإن المرسل يقوم بعمليات متعددة، فهو لكي يقف على الظروف التي تحكم عملية الاتصال. والضوابط التي تحكمه لا بد له أن يفهم سريان عملية الاتصال الجماهيري والعوامل والقوى المؤثرة فيها وتلك المؤثرة فيه، سواء أكانت من صلب عملية الاتصال أم كانت خارجية وعلى أساس ذلك فهو يستخدم اللغة في صياغة رسائله، إذ ان المرسل لا يبتدع اللغة، ولكنه لا يجدها كياناً جاهزاً بل يضع مجمل الاعتبارات بما في ذلك طبيعة الجمهور في حسابه.

ويسعى المرسل إلى أن تكون لغته مفهومة للجمهور أي أن تكون معاني الرموز واحدة لدى المرسل والجمهور في آن واحد، ولكن هذا لا يتحقق بالشكل الدقيق -كما سنوضح ذلك فيما بعد.

ويستعين المرسلون بمستويات لغوية متعددة، أساسها ثلاثة أنماط للتعبير اللغوي: أولهما المستوى العملي الاجتماعي والذي يتخذ حيزاً واسعاً في رسائل الاتصال الجماهيري، وثانيهما المستوى التذوقي الفني الجمالي ويستعمل في الأدب والفن، والثالث هو المستوى العلمي والنظري التجريدي الذي يستعمل في العلوم [28] وأن المستويين التذوق والعلمي يستخدمان في الاتصال الجماهيري عند تناول الموضوعات الأدبية والعلمية، مع حرص المرسل على صياغة لغته في مستوى يناسب الجمهور في تناوله هذين الجانبين.

وباستطاعة المرسل - على حد تعبير نعوم تشومسكي ابتكار جمل وتعابير جديدة لم يستخدمها أحد من قبله، أو على الأقل لم يسمعها هو نفسه[29] أي أنه قادر على تشكيل المفردات اللغوية في جمل جديدة. وعلى وفق التنظيم نفسه هو قادر على فهم جمل ينتجها الآخرون دون أن يكون بالضرورة قد سمعها من قبل بذلك التركيب نفسه، ولكن الذخيرة اللغوية للمرسل كفرد ولأفراد الجمهور، تتباين، الا أن من المرسلين من يحرص على تنويع طرق تشكيل المفردات، بينما يميل آخرون إلى التكرار، حيث أن الأداء (الإرسال) فردي دائماً، والفرد هو سيده الدائم والكلام ليس اللغة - على هذا الأساس - بل هو القدرة اللغوية[30]، وتظل قدرة المرسل اللغوية مطلباً أساسياً يقتضيه الاتصال الجماهيري والا تعذر التعبير عن الأهداف بشكل صحيح ومؤثر.

وللمرسل لغته التي فيها قدر كبير من الخصوصية، لأنه ليس هنالك فردان يعبران عن معنى واحد في كلمات وجمل متطابقة، ويرجع ذلك إلى تباين تجارب كل منهما باللغة فضلاً عن أن كل فرد يقيم تصورات مختلفة حسب خبراته باللغة والمجتمع. وعلى أساس ذلك يختلف المرسلون أنفسهم في طريقة بناء الجمل والتعابير من حيث أسلوب تشكيل المفردات أو في طول أو قصر الجمل، أو استخدام التعابير الرسمية أو الشائعة اجتماعياً أو استعمال التعابير اللفظية الخالية من المعاني أو استخدام الكلمات الرنانة.

وفي بعض الأحيان يجد بعض المرسلين في الإجابات اللفظية الجاهزة أو الاعتماد على القوالب النمطية (Stereo types) ردوداً شافيه عن كثير من المواقف والمشكلات التي يتطلب الأمر في الحقيقة أعمال العقل والتعبير الموضوعي.

ويلاحظ أن بعض المرسلين يتحدثون أو يكتبون ألفاظاً هم غير مدركين لمعانيها أو يرددون من الألفاظ ما يخلو من المعاني.. ويوصف أمثال هؤلاء انهم مصابون بداء اللفظية (Verbalism) وحين تنتشر هذه الظاهرة بين أفراد المجتمع فإنها تعنى أن ما يبذله المجتمع من أموال وجهود وأوقات

في عمليات التعليم والاتصال لا تعود عليه بالفائدة، كما تعنى احتمال عدم قدرة هؤلاء على التكيف أو القيام بأدوارهم الاجتماعية بشكل سليم مما يؤدي إلى حدوث مشكلات اجتماعية خطيرة .[31]وإلى جانب اللفظية التي يقع فيها بعض المرسلين فإن هنالك من يتخذ في لغته طابعاً رسمياً يبتعد عن اللغة السائدة في المجتمع، حيث يلاحظ في هذه الحالة كأن هنالك لغتين مختلفتين.. وهذا الاختلاف يعني بالضرورة وجود نمطين من صيغ التفكير بينما يراد للغة المرسل ان تحتفظ بقدر مناسب من الطابع الرسمي على أن لا يكون ذلك معزولاً عن مستوى التعبير الاجتماعي، حيث يقود ذلك التباين إلى أن يتكلم أفراد المجتمع لغة معينة ذات مدلولات واتجاهات وطرائق في المواقف الرسمية فيها نسبة من التصنع، وهي مختلفة عن لغة أخرى ذات مدلولات واتجاهات وطرق خاصة بها في مواقف الاتصال الاجتماعي القائم بين الفرد ومجموعة محدودة من الأفراد.

ولوحظ في الحرب العالمية الثانية أن المذيعين الفرنسيين استطاعوا تجنب اللغة الرسمية في أحاديثهم، فكانت برامجهم أخفّ ظلاً من البرامج الألمانية، فضلاً عن أنهم حدثوا مواطنيهم بلغة الصديق للصديق فكانت ذات أثر كبير فيهم[32]، ومع ذلك فإن الابتعاد عن اللغة الرسمية لا يعد مطلباً في الأحوال الاتصالية جميعها بل في أحوال بذاتها.

وإلى جانب ذلك كله يلاحظ – أحياناً - أن بعض المرسلين يميلون في لغتهم إلى التشدق بالألفاظ وإطلاق الكلمات الرنانه مما يمكن أن يعد نمطاً من أنماط اللفظية "كما أن بعض المرسلين يضطرون إلى ترديد بعض الآراء في صيغ لفظية، ومثل ذلك الترديد يؤدي أحياناً إلى ايمان المرسلين بها [33]" فضلاً عن أن بعض المرسلين يسيئون تفسير أهداف المؤسسة الاتصالية أو يسيئون فهم الجمهور، أو يبالغون في السعي إلى المحافظة على مراكزهم، أو الحصول على استجابات أفضل من زملائهم أو رؤسائهم فيستخدمون اللغة في التمويه أو التضليل وليس في التعبير الصادق الذي تمليه أخلاقيات الاتصال.

ويراد للمرسل أن يستعين بلغة خالية مما يرهق الجمهور، وأن لا تحمل اللغة صفة استعلائية، ولا تستدعي بذل جهد كبير من الجمهور لفهمها، وأن تكون مفردات اللغة متداولة ومتواترة على أن لا تكون مبتذلة، وأن تكون مناسبة للجمهور الذي هو في تكوينه ذو صفة غير متجانسة، وهذا يرتب أن تكون قواعد ترتيب المفردات والأصوات وما ينتج عنها من دلالات معروفة لدى الجمهور[34]، أو من الممكن الاستدلال إليها استناداً إلى مخزون القواعد الأساسية الجاهزة في أذهان أفراد الجمهور وهذا ما يطلق عليه تطابق المفهوم الدلالي (Frame of reference) لدى المرسلين والجمهور[35] فالفرد يعيش عالمين عالماً خارجياً موضوعياً وآخر ذاتياً هو مجموعة تصوراته للعالم الخارجي أو مجموعة المفاهيم والدلالات. وكل إدراك جديد لا يتحقق بالشكل الصحيح إلا في ضوء مجموعة الخبرات السابقة أو الإطار الدلالي [36]حيث تعد الدلالات معايير مستقرة في نفوس الأفراد ويستجيب لها الأفراد بوصفها جزءاً من ثقافة المجتمع.. والإطار الدلالي بين المرسل والمستقبل يشكل مجالات الخبرة بينهما.

وعلى هذا فإن تعامل المرسل باللغة في هذه المرحلة هو تفكير وانفعال بها.

ثانياً: ترميز المعاني لغويا على وفق قدرات الوسيلة

كان الاتصال بالألفاظ يعتمد على صوت الإنسان المحدود في طاقته الطبيعية حتى اخترعت وسائل آلية والكترونية اتاحت المجال لتطوير طاقة الإنسان في إرسال الرسائل على نطاق واسع عبر وسائل الاتصال الجماهيري.

كما أن اختراع الكتابة كان قد اتاح للغة مجالات جديدة، حيث تمثل الكتابة الجانب المرئي من اللغة، فإذا كانت اللغة في المقام الأول صورة منطوقة -مسموعة فإن الكتابة هي تحويل الظاهرة الصوتية - السمعية إلى ظاهرة كتابية مرئية، ويعد الكلام مظهراً منطوقاً من اللغة بينما تعد الكتابة مظهراً مقروءاً منها.

وإلى جانب المظهر الصوتي والمرئي للغة يستعان باللغة غير اللفظية التي تنطوي هي الأخرى على مظهر صوتي وآخر مرئي. ومجمل هذه الجوانب يستعين بها المرسل في صياغته المعاني عبر وسائل الاتصال الجماهيري.

وتتمثل وسائل الاتصال الجماهيري في الأدوات التي تنقل من خلالها الرسائل اللغوية، وتكون هذه الوسائل موضع انتقاء الجمهور، وتشمل الصحيفة والكتاب والراديو والفلم السينمائي، وجهاز التلفزيون.

وهذه الوسائل لا تنقل الرسائل الاتصالية إلى الجمهور وحسب، بل هي علاوة على ذلك تعيد من خلال اللغة خلق الواقع أو هي بالأساس تعيد خلق إدراك الواقع، لذا فإن هذه الوسائل ترتبط باللغة ارتباطاً وثيقاً حتى نسب بعضهم اللغة إلى الوسيلة من خلال القول: لغة الصحافة، أو لغة الإذاعة، أو لغة السينما أو لغة التلفزيون أو لغة الكتاب. ومرجع ذلك الربط أن كل وسيلة تفرض استخدام كلمات وجمل وأساليب لفظية وغير لفظية ذات سمات خاصة، حيث يراد أن تتوافق الرسالة الاتصالية مع الوسيلة.

وإذا كانت عملية صياغة الرسالة الاتصالية قد استندت إلى أسس عامة للترميز -في الخطوة السابقة - فإن اللغة في وسائل الاتصال الجماهيري تشترط عنصراً مكملاً هو أن تكون الرسائل في ترميزها قابلة للنقل عبر الوسيلة في أمانة وجاذبية وجمال ووضوح. إذ أن لكل وسيلة قدرتها الخاصة في النقل والتجسيد.

وعلى هذا فإن المرسل حين يعمد على إنتاج الرسائل فانه يعمل على وضع عوامل نفسية واجتماعية ذات علاقة بعملية الاتصال في الحساب، لكنه يركز على عنصر أساسي هو أن تتوافق رسالته مع الوسيلة المتاحة، لذا تعد الوسيلة في هذه المرحلة من عملية الاتصال على وفق النموذج الموضوع هي متغير أساسي في العملية ليس لأن الوسيلة ذات قدرات محددة تختص بها حسب، بل لأن المرسل يضع إلى جانب، ذلك طبيعة الحاسة أو الحواس التي تستقبل الرسالة، وحدودها، وما يرتبط به من عمليات عقلية عند فك الجمهور لتلك الرسالة في الاعتبار.

وقد سادت، مدة طويلة، مقولة ترى أن الاهتمام ينبغي أن ينصب على المضمون (Content) أو الأفكار (Ideas) مع إعطاء أهمية أقل لطرق صياغة الرسائل وتقديمها، لكن مع ظهور وسائل الاتصال الجماهيري الالكترونية ممثلة بالإذاعة والتلفزيون -بوجه خاص - التفت الخبراء إلى أهمية طرائق صياغة الرسائل وأساليب تقديمها.[37]

وعلى هذا فإنه حتى في حالة تشابه المضمون فإن طريقة استخدام اللغة اللفظية وغير اللفظية تختلف من وسيلة اتصالية إلى أخرى "حيث أن لكل وسيلة أسلوباً رمزياً معيناً [38] لذا فإن ما يجول في ذهن المرسل يتعين أن يصاغ في قالب يصلح للإرسال وان يكون ذلك في شكل ألفاظ أو رموز غير لفظية أو كلتيهما.[39]"

وهذه الشروط التي يراد للغة أن تلتزم بها عبر الوسائل لا يعني انه يترتب استخدام لغة خاصة، بل يراد ان يتوفر استخدام لغوي بحيث تتحمل فيه اللغة أهدافاً إضافية متميزة كي يسهل نقل الدلالات وتجسيدها عبر تلك الوسائل الحديثة.

ووسائل الاتصال الجماهيري تستوعب رسائل موجهة إلى الجمهور بعامة، وأخرى إلى فئات خاصة من الجمهور، حيث وضعت تصنيفات كثيرة للمواد الاتصالية :منها ما هو موجه إلى عامة الجمهور، ومنها ما هو موجه إلى قطاعات كبيرة فيه مثل :الريفيين وهواة الأدب والأدباء، وهواة الفنون. وقد استدعى ذلك ان تلتفت مصادر الاتصال إلى ذلك وأن تركن إلى لغة في وسائل الاتصال الجماهيري نحو الإنشاء الريفي، أو الإنشاء الأدبي أو الإنشاء العلمي أو الإنشاء الفني ذلك ان وسائل الاتصال الجماهيرية مع انها غير متخصصة إلى حدود ضيقة، الا انها ليست بعيدة عن جوانب من التخصص.. ومجمل أنماط الإنشاء اللغوي في هذه الوسائل الموجهة الى قطاعات من الجمهور تلتزم باللغة من حيث طبيعتها نظاماً.

وحتى الآن ليست هنالك معرفة منظمة للطريقة التي توضح بها عناصر اللغة في "تكوين" في وسائل الاتصال الجماهيري، حيث لا تتوفر قواعد متكاملة للترميز في هذه المجالات، ويجد الخبراء في هذه المسألة صعوبة

في إحاطة الآخرين علماً بالأساليب التي يضعون بها العناصر في "تكوين" أو حتى تحديد مفردات لغتهم [40]ومع ذلك توفرت أسس عامة اعتماداً على إطراد الظواهر الاتصالية عبر الوسائل واختبار مدى فاعليتها في الجمهور.

فاللغة في الصحافة تأخذ في الاعتبار مجمل سمات اللغة في وسائل الاتصال الجماهيري، إلا أنها تولي أهمية لمسألة الكتابة باعتبارها مظهراً لغوياً، إذ أن الكتابة حين تقارن بالكلام المنطوق – فإنها تعد أكثر أحتواءً على العناصر الذهنية والعقلية وهي تقوم بوظيفتها خالية من طرائق التعبير الفنية الموجودة في الصوت الإنساني، كما تقوم بهذه الوظيفة دون مصاحبة حركات الوجه والإشارات الجسمية الأخرى.. كما أن التنغيم والإيقاع لا يمكن التعبير عنهما في الكتابة إلا بصورة ناقصة بوساطة الترقيم كوضع الخطوط تحت الكلمات أو أي طريقة أخرى من الطرق الخاصة بالطباعة.. والكتابة في الوقت نفسه أسلوب من أساليب التعبير الأكثر دقة وأناة ومن الممكن محوها أو استبدالها أو تحسينها. ودوامها النسبي يمنحها - على الأخص في صورها المطبوعة المتنوعة - مكانة من شأنها أن تؤثر في الأغلبية من القراء ..والكتابة من شأنها أن تخلق نماذج من التعبير أرقى من نماذج الكلام .[41]

أما اللغة في الإذاعة فهي –في الغالب - لغة المشافهة التي تشكل منظومة سمعية لفظية متميزة عن اللغة المكتوبة، أي أنها محكية لا مقروءة.. ولها صيغ أسلوبية وبنية صوتية نغمية..ومع أن لغة المشافهة تدور بين طرفين في العادة، إلا أن لغة الإذاعة أساساً هي لغة من طرف واحد على الرغم من أنها موجهة إلى طرف آخر من المفترض ان يشارك فيها، عدا عن هذا، فإن لغة المشافهة تفترض وجود معان تكاد أن تكون متقاربة عن موضوع الحديث لدى الطرفين أو وجود إدراك مشترك لملابسات الموضوع يسهل عملية الفهم.. وهذه اللغة أكثر تأهيلاً للفهم أثناء الاستماع، ويتطلب أن تحتوي –في أحوال كثيرة - على شحنات من المشاعر والأحاسيس بفضل ما تنطوي عليه من طابع صوتي نغمي وتراكيب خاصة تزيد من فاعلية اللغة في الإذاعة.[42]

وتستلزم بعض المواد الإذاعية الاعتماد على اللغة المكتوبة، وهذه هي الأخرى تأخذ ببعض أسس لغة المشافهة، كما أن اللغة في التلفزيون تعد لغة مشافهة –في الغالب - لذا تبدو اللغة المقروءة فيه جافة ومملة.

واللغة اللفظية في التلفزيون هي عنصر أساسي في اغلب المواد التلفزيونية، لكنها يمكن ان تكون عنصراً مكملاً دون أن تصبح عنصراً ثانوياً.. حيث يظل للغة دور إيضاح المعاني أو إتمامها أو إعطاء الصورة قوة، اما اللغة غير اللفظية فيه فانها تتمثل في الصور والرسوم والمؤثرات الصوتية والمؤثرات الصورية والحركات والإشارات والعلامات والتعبيرات الحسية والإيماءات والألوان والظلال.

وفي الإذاعة تتحمل اللغة عبئا كبيراً لاعتماد هذه الوسيلة على اللغة اللفظية أولاً، حيث يترتب الالتزام بأسس الإلقاء، والتعبيرات الصوتية الأخرى، أما اللغة غير اللفظية فيها فتتمثل في الموسيقى والمؤثرات الصوتية، حيث أن الصوت الإنساني يضفي على المعنى حضوراً قد لا يتوفر في نص مطبوع، إذ أن الصوت يقوي المعنى بصورة كبيرة ومع هذا فإن للغة في الإذاعة حدوداً في فاعليتها، حيث أثبتت الدراسات الحديثة ان هناك عوامل تتعلق بالوسيلة وبالجمهور وبمجمل عملية الاتصال وما يحصل لها من عوامل خارجية مؤثرة تفعل فعلها في تشكيل حدود لفاعلية اللغة في الإذاعة. وكان النازيون قد بالغوا في دور اللغة المنطوقة في الإذاعة حيث (أشاروا إلى أن التأثيرات الحاسمة للإذاعة أساسها اللغة المنطوقة.[44])

وفي السينما يشير أحد الباحثين إلى أن الفلم هو كتابة بالصور بينما يشير أخر إلى أن السينما لغة صور لها مفرداتها وبديعها وبيانها وقواعد نحوها حتى قيل أن السينما مثلت تضافراً بين الصوت والصورة واستعانت بالحركات والحوار والصور الثابتة والمتحركة في تكامل اتصالي يمثل بلاغة من نوع جديد ولغة فنية، والسينما تجمع بين اللغة اللفظية واللغة غير اللفظية في تكامل يقوم على حيوية المشاهد السينمائية، حيث تتوفر للسينما ظروف تجعل بالوسع الاتساع في استخدام اللغة غير اللفظية. لكن اللغة اللفظية ظلت أساساً للسينما أيضاً ، حيث ما يزال مؤرخو الفن

السينمائي يؤكدون (أن الصوت اخرج الفلم من عالم الظلمة في فترة صمته الأولى إلى ميدان مفتوح من العرض المباشر للواقعية).[45]

وعلى هذا، ومن خلال النظر إلى اللغة في وسائل الاتصال يتبين أن اللغة بجانبيها اللفظي وغير اللفظي تجعل من الوسيلة الاتصالية دائرة تلغرافية يمكن ان يسري فيها التيار أو لا يسري –على حد تعبير ولبر شرام – على وفق استخدام اللغة وتقدير امكانات الوسيلة في النقل وإضفاء المؤثرات الأخرى عليها. إذ تتبين عوامل لا حصر لها للمرسل في استعانته بهذه الوسيلة الاتصالية أو تلك.

وهذا المنظور يعني ان الرسالة الاتصالية لا تقوم على استخدام عفوي أو اعتباطي للغة، بل تعتمد على النظر إلى اللغة بوصفها نظاماً يمكن أن يستخدم بدرجة متباينة من الكفاءة واحداث درجات من التأثير في الجمهور، كما يقوم وضع الرسالة على استثمار مجمل قدرات اللغة بجانبيها اللفظي وغير اللفظي والتي تتيحها وسيلة الاتصال الجماهيرية، مع استثمار قدرات الوسيلة نفسها، سواء أكانت مطبوعة أم مسموعة أم مسموعة – مرئية.

ثالثاً: المعوقات النفسية والاجتماعية والطبيعية التي تواجه سريان اللغة

أشرنا إلى أهمية الرسالة الاتصالية وضرورة صياغتها لغوياً باستخدام الرموز المتضمنة بين المرسل والجمهور، ولكن ثبت أنه حتى في حالة صياغة الرسالة بشكل دقيق وفي حدود الإطار الدلالي بين طرفي العملية الاتصالية فإن هناك عوامل تجعل فهم الجمهور معنى الرسالة مختلفاً بدرجات متباينة عما يقصده المرسل، فضلاً عن أن أفراد الجمهور يتباينون في فهمهم معاني المرسل في حدود مختلفة.

ويرجع ذلك إلى أن عملية الاتصال الجماهيري تتعرض لعوامل متعددة تؤدي إلى حصول تفسيرات مختلفة للرسالة الواحدة من قبل أفراد الجمهور، ومن هذه العوامل ما هي ذاتية نابعة من نفسية الفرد في الجمهور، ومنها ما هي ناجمة عما هو خارج عن عملية الاتصال.

ومن الواضح أن الإنسان ابتكر طرائق للتكيف مع بيئته تقوم على تكوين عالم رمزي، فاللغة والفنون والعقائد تشكل جانباً من جوانب بيئة الإنسان، فضلاً عن بيئته المادية، وتشكل تلك الرموز نسيجاً للخبرات الإنسانية، لذا فالإنسان لا يواجه الحقائق المادية وجهاً لوجه، بل يواجهها من خلال ذلك النظام الرمزي- بمفهومه العام - وبدلاً من أن يتعامل مع الأشياء نفسها فهو يتعامل مع نفسه، ذلك لأنه غلف نفسه بالأشكال اللغوية والصور الفنية والرموز الأخرى بحيث أصبح غير قادر عل أن يرى شيئاً رؤية مباشرة أو يعرف شيئاً معرفة مباشرة الا من خلال ذلك الوسط المصنوع، لذا فإن المستقبل لا يستجيب للرموز الاتصالية كما هي، بل كما يدركها هو ..ومعروف ان هناك عوامل متعددة تؤثر في عملية الإدراك منها الخبرات السابقة للمستقبل، وحالته النفسية الراهنة واتجاهاته وتوقعاته وخلفيته[46]، وعليه فإن الناس لا يدركون –أحياناً - الأشياء كما هي، بل يدركونها، كما يريدون وذلك في ضوء قيمهم ومعتقداتهم وحاجاتهم ومصالحهم، إلى حد كبير[47]، حيث أن تلقي الاتصال ليس تقبلاً سالباً، بل هو إيجابي نشيط يتأثر بالتكوين النفسي و التكوين الثقافي للأفراد والجماعات، لذا تلعب الحوافز والدوافع والتقاليد والاستعدادات والقيم دوراً بالغاً فيه[48]، حيث يتعامل المستقبل مع الرسالة الاتصالية بطريقته الخاصة التي بنيت على التشكيل النفسي والثقافي، لذا فإن توقع المرسل تصديق الجمهور لما يطلقه من رسائل أو استجابته له هو توقع لا يقوم على أساس علمي، وهذا يستدعي النظر الى الرسالة الاتصالية في جو المتغيرات النفسية والاجتماعية.

وتدخل في جو هذه المتغيرات عوامل أخرى منها العوامل الانتقائية المتمثلة بالتعرض الانتقائي والانتباه الانتقائي والتذكر الانتقائي والإدراك الانتقائي والقرار الانتقائي، حيث تشير الانتقائية إلى انحياز الجمهور نحو اتجاهاتهم بإزاء موضوعات الاتصال وأشكاله. إذ يحكم هذه الجوانب الاستعداد المسبق لدى المستقبل.[49]

كما يدخل في جو تلك المتغيرات تشويش الاتصال (Communication noise) الذي يتمثل في كل معوقات الاتصال بين المرسل والمستقبل والتي تحول دون وضوح الرسالة، وهناك تشويش ينجم عن نقل الرسالة عبر الوسيلة ويسمى تشويش القناة (Channel noise) وآخر ينجم عن الاستخدام اللغوي ويسمى التشويش في دلالات الألفاظ (Semantic noise) وكلا النوعين يقودان إلى تغير في معنى الرسالة أثناء الانتقال .[50]وعلى هذا فإن تشويش القناة يشمل كل ما يسبب اضطراباً في سلامة النقل الطبيعي للرسالة الاتصالية عبر الوسيلة الجماهيرية مثل الأصوات التي تحدثها العوامل الجوية أو الكهربائية، أو التداخل في أجهزة الراديو أو التلفزيون أو استخدام حروف تالفة، أو سقوط بعض الحروف عند طباعة الرسالة الأمر الذي يؤثر في عدم وصول الرسالة كاملة إلى الجمهور، أما التشويش في دلالات الألفاظ فانه يحصل عند استخدام المصدر لكلمات لا يتسع لها قاموس الجمهور اللغوي، ولتعابير لا تقوى بعض مستويات الجمهور الادراكية على فهمها، أو لتناول موضوعات ليس للجمهور معرفة بأولياتها، أو لاستخدام كلمات تحمل معنى معيناً بالنسبة إلى المصدر بينما تحمل معنى مختلفاً بالنسبة إلى الجمهور.[51]

ويعد فهم الرسالة الواحدة بمعان مختلفة من قبل الجمهور تشويشاً لغوياً، حيث أن الرسالة ترتكز على الرموز المتضمنة فيها. وتشمل كلمات اللغة- مثلاً - نوعين من المعاني أولهما المعنى الدلالي أي المعنى الذي يلقى اتفاقاً جماعياً ومفهوماً عاماً لدى النسبة الغالبة من الناس، وثانيهما المعنى المتضمن وهو المعنى الإضافي الذي توحى به الكلمة فضلاً عن معناها الأصلي والذي يختلف من شخص إلى آخر طبقاً لعديد من المتغيرات الشخصية والثقافية والاجتماعية[52]، كما يعد تشويشاً لغوياً كل تحريفات في الصوت أو كل ما يبدو للسامع غير واضح، كما أن التعابير التي تحمل أكثر من معنى تمثل تشويشاً ما دام المرسل عند صياغتها لم يكن يعمد إلى حصول اضطراب، أما ما يحصل من سوء في الفهم وكان المرسل قد تعمد أحداثه فلا يعد تشويشاً، فحين يعمد المرسل

إلى التركيز على جانب أو إهمال آخر من خلال التلاعب بالألفاظ أو من خلال استخدام اللغة الدبلوماسية، فإن ذلك لا يعد من باب التشويش.

ومع هذا فإن جانباً من التشويش اللغوي يعد قائماً في الرسائل الاتصالية عموماً وبدرجات مختلفة، ما دام الجمهور لا يفهم بشكل متطابق رسالة المصدر.

وعلى هذا فإن اللغة اللفظية مهما كانت دقيقة فهي لا توصل المعنى بدقة إلى الأفراد، بسبب تباين الخبرات في موضوع اللغة والمجتمع، وبذا تبدو اللغة وكأنها تعجز عن إيصال المعنى الدقيق أي تعجز عن أداء وظيفتها [53] فضلاً عن ان هناك حالات كثيرة في النفس تظل حبيسة، إذ لا تجد لها العبارات اللغوية التي تخرجها أو تجد اللفظة غير قادرة على الإيفاء بما تحمل من مضمون، ومثل هذه الحالات تكون انفعالية في الغالب[54]، وعلى هذا، فبالرغم من كل المقومات والخصائص التي تتمتع بها اللغة اللسانية فانها تبدو قاصرة عن الوفاء بوظائفها الحيوية والاجتماعية والفنية، لأن النفس الإنسانية يعتريها الكثير من الصراع المعقد والفكر العميق والخيال الرحب، فتعجز التراكيب اللغوية مهما كانت الطاقة الشعرية والمنطقية على تطويع العبارة(٥٥)، ويمكن تعميم ذلك على مستويات لا تقتصر على الجوانب الانفعالية حسب، بل على موضوعات العلوم الاجتماعية حيث ما يزال الخلاف شديداً بين الباحثين حول جوانب كثيرة تتعلق بمناهج هذه العلوم من حيث أسماؤها ووظائفها أو الفروق بينها، ويعد هذا الخلاف جزءاً من مشكلة أوسع، تلك هي مشكلة الخلاف حول المفاهيم والمصطلحات. وهذه المشكلة لصيقة بالعلوم الاجتماعية على وجه الخصوص، إذ انها ما تزال مضطرة لأن تستعين باللغة في صياغة مفاهيمها ومصطلحاتها في حين ان العلوم الطبيعية الأكثر تقدماً حلت هذه المشكلة حين استعانت بالرموز الرياضية للتعبير عن فروضها ونظرياتها.[56]

ومجمل هذه الجوانب تشير إلى أن اللغة تعجز عن التعبير أو عن إيصال المعاني بدقة في بعض الأحوال، وبصرف النظر عن مجمل الأسباب

المطروحة والمفسرة لهذا الجانب، الا أن هناك عاملاً أساسياً يظل سبباً في ذلك بقطع النظر عن مدى شموله، وهو ان الإنسان لم يستطع الوصول باللغة إلى المرتبة التي يستطيع بها استخدامها بالكفاءة المطلوبة.

رابعاً: جو الاتصال وسلطان اللغة

يتمثل الجمهور في اعداد كبيرة ومتنوعة من الناس منتشرين في أماكن متفرقة بحيث لا يمكن الاتصال بهم الا من خلال أنظمة الإنتاج والتوزيع الاتصالي الجماعية التي تلقي بالرسائل الاتصالية المتماثلة في وقت واحد أو في حدود مراحل زمنية قصيرة مما يؤدي إلى خلق واستمرار نوع من المعنى المنظور والمشترك بين أفراد الجمهور، أي أن التطور الحديث أوجد وسائل تستطيع نقل اللغة اللفظية وغير اللفظية إلى الناس أينما كانوا مما جعل منهم جماهير لوسائل الاتصال.

وأفراد الجمهور الذين يقعون عند منتهى القناة الاتصالية الجماهيرية ويقرأون الصحف أو الكتب أو يشاهدون التلفزيون أو الأفلام السينمائية أو يستمعون إلى الإذاعات هم غير مرئيين بالنسبة إلى المرسل، كما أنهم بسبب انتشارهم في أماكن مختلفة وعدم تجانسهم لا يمكن التعرف على خصائصهم بصورة دقيقة.[57]

ويتولى أفراد الجمهور فك الرموز اللغوية المتسلمة من خلال تحويلها إلى معان، وهم في الاتصال الفعال لا يتأثرون بالمضمون وحده بل يتأثرون باللغة وبمجمل الرموز الأخرى التي تصاغ بها تلك الرسائل.

وهذا يعني ان وسائل الاتصال تبلور مشاعر متعددة منها ما هي مشاعر لغوية، ووجود شعور لغوي يقود إلى شعور فكري [58]وليس هذا حسب بل أن أفكار الناس ومعتقداتهم ومفاهيمهم أصبحت من نتاج وسائل الاتصال [59]، إذ تبين انه حين تتوفر وسائل الاتصال في مجتمع، تتكون له مع الزمن لغة مشتركة تقرب بين الأفراد، وتعين أفرادها على تفاهم أسرع وأيسر.. حيث تقود عمليات الاتصال إلى مزيج لغوي منسجم يقبله الجميع هو ما يسمى اللغة المشتركة [60] وبسبب سعة وسائل الاتصال الجماهيري وتواتر رسائلها فإن الناس أصبحوا محاطين بلغة الاتصال الجماهيري التي أثرت في مجمل المستويات اللغوية ومجمل أنماط التفكير[61]

وساهمت تلك الوسائل في أن تخرج اللغة المستخدمة فيها إلى مستويات أوسع فاصبح هناك تعميم وتوزيع .[62] ويلاحظ انه في حالة شيوع اتصال مباشر أو مواجهي بين الأفراد عبر التنظيمات واللقاءات فإن الأفراد يتبادلون لغة قريبة من لغة الاتصال الجماهيري. وهذا يعني ان وسائل الاتصال الجماهيري تخلق جواً لغوياً أو رمزياً يشكل جزءاً لا ينفصل عن الجو العام. وهذا الجو اللغوي يسبغ تأثيره على مجمل الجوانب النفسية والاجتماعية في المجتمع، حيث أن للغة علاقة بالسلوك والتفكير والشخصية والثقافة، وهي ترتبط بمواقف عقلية وعاطفية وبمجمل العمليات المعرفية.

وعلى هذا فإن اللغة تستخدم في المراسم الاجتماعية والجوانب القانونية، وإعطاء المعلومات، والحصول عليها، والتعاون، والسيطرة على البيئة، والإقناع والحفاظ على التراث، وإجراء الطقوس الدينية، والتعبير عن الانفعالات، وحل المشكلات، والتعبير عن الفكر، فضلاً عن المهمة الأساسية المتمثلة بالاتصال. واللغة ذات قوة وهيمنة على مجمل سلوك الإنسان ومجمل قدراته على الإنجاز، وهي تعطي مستخدميها طريقة خاصة متفردة في الإحساس بالعالم ورؤيته والتصرف فيه .[63] كما انها تزود الفرد بالعبارات المناسبة لمختلف أوجه التعامل الاجتماعي، وعندما يتعلم الفرد تلك العبارات ويرددها في الظروف المناسبة فانه يحاول أن يخضع سلوكه لما يقتضيه المجتمع [64]كما أن الثقافة والظواهر الاجتماعية المرتبطة بها –بحكم انتماء الفرد إلى مجتمع معين - تفرض عليه سلوكاً لغوياً معيناً[65]، وبذا تقوم اللغة بتشكيل معتقدات الأفراد وتوجهاتهم النفسية حيث أن عالم الواقع يرتكز إلى حد كبير بطريقة لا شعورية على العادات اللغوية[66]، أي أن اللغة تتدخل في تحديد رؤية وشعور الإنسان بذاته رؤيته وشعوره وإدراكه للواقع القريب والبعيد وللعوالم الفكرية والفلسفية والروحية فضلاً عن العالم المادي الطبيعي والصناعي الذي يحيا فيه.[67]

وعلى أساس ذلك تعد اللغة صورة من صور الحضارة [68] إذ هي تعبير عن تلك الحضارة [69] أو تناقلها وحفظها وانتشارها بين الناس، كما انها

تشكل احد العناصر المكونة للحضارة وهذا العنصر ذو أهمية في هيكل الحضارة الإنسانية[70]، فاللغة هي أساس شعور الجماعة بانتماء بعضهم إلى بعض واشتراكهم في الذكريات نفسها سواء أكانت تاريخية أم ثقافية أم اجتماعية[71]، وهي من خلال وظيفتها الاتصالية تعكس الفكر وتعبر عنه[72]، فإذا كانت الأفكار تعكس الواقع فإن اللغة هي شكل من أشكال الوجود المادي لتلك الأفكار [73]لذا تؤثر اللغة في محتوى الفكر[74]، حيث أن النهضة الفكرية تبدأ من النهوض باللغة وطرائق استخدامها [75] وهي، مستعينة بالأنماط الثقافية الأخرى، توجه الإدراك والتفكير في اتجاهات معينة.[76]

ومن جانب آخر فإن اللغة تحدث تأثيرات عاطفية أو انفعالية حيث ان هناك لغة محملة بالانفعال إلى جانب اللغة الحيادية.[77]

ويمكن القول أن اللغة تشير إلى وقائع اجتماعية ونفسية تحدث خارج الفرد وتمارس ضغطاً عليه، وهي تدخل في الضمير الجماعي [78] مما يجعل من اللغة قوة مهيمنة تفعل فعلها في الجمهور.

وعلى هذا فإن شيوع لغة رصينة ورفيعة في وسائل الاتصال الجماهيري يشكل عاملاً في شيوع ما هو رصين ورفيع فكرياً وعاطفياً لدى الجمهور كما أن شيوع الأنماط المرضية كاللفظية والتشدق بالألفاظ يشكل عاملاً لشيوع الأفكار الجوفاء.

ولما كان الاتصال هو مشاركة في المعاني، ولما كانت اللغة تحتل موقعاً أساسياً في الاتصال لذا فإن أنماط الفكر والعاطفة التي تحويها اللغة الموجهة إلى الجمهور تشكل جواً اتصالياً.

ويجد أفراد الجمهور أنفسهم في ذلك الجو متأثرين به بدرجات مختلفة، حيث ان استمرار وسائل الاتصال في بث رسائل جماهيرية يؤدي إلى خلق واستمرار نوع من المعنى المنظور والمشترك بين الأفراد.[79]

والجمهور يتألف من أشخاص، ولكن هؤلاء الأشخاص يرتبطون - عادةً - بجماعة أو عدد من الجماعات، كالأسرة، وجماعة الأصدقاء، وجماعة العمل، وجماعة المدرسة، وغيرها، وقد منح هذا،

الاتصال الجماهيري مجالات أخرى، هي أن رسائله , فضلاً عن استقبالها من قبل أفراد الجمهور عن طريق تعرضهم، فإن أولئك الأفراد ينقلون بدورهم بعض المعاني إلى الجماعات التي ينتمون إليها[80]، وهذا يعني أن جمهور وسائل الاتصال الجماهيري يمارس نشاطاً اتصالياً لا يحس به الكثيرون، برغم انه موجود في حقيقة الأمر، بل أن هذا النشاط يؤثر في غالبية الناس سواء شعروا أم لم يشعروا .[81]ويبدو أن نظرية انتقال المعاني على مرحلتين هي وليدة هذه الظاهرة، والتي تشير إلى أن أفراداً من الجمهور يتبادلون الاتصال المباشر مع زملائهم من خلال نقل معان إلى الآخرين [82] يستقبلونها من وسائل الاتصال الجماهيري، كما أن بعض أفراد الجمهور هم بالأساس من المرسلين الاتصاليين، حيث يستقبلون الوسائل – عادةً – ويعيدون صياغة بعض المعاني في أشكال جديدة ويتولون إرسالها، وهذا يعني أن بعض أفراد الجمهور هم مستقبلون للرسائل ، ومرسلون على مستوى الاتصال الشخصي أو على مستوى الاتصال الجماهيري .

وتعد هذه الظاهرة أحدى سمات الجو الاتصالي الجماهيري، وهناك سمات أخرى هي حصول ردود أفعال وتأثيرات سلوكية في الجمهور بفعل الاتصال، وبذا يتضافر عاملان أساسيان في التأثير في جو الاتصال هما تأثير الاتصال بوصفه عملية، وتأثير هيمنة اللغة، مما يبرز أهمية ودور اللغة ليست بوصفها ناقلة للرسائل أو حاملة للمعاني حسب، بل بوصفها قوة ذات سلطان في مجمل أوجه السلوك وجوانب الشخصية والثقافة، وهذا يلقى على المصدر الاتصالي مسؤوليات والتزامات دقيقة.

وهذه المعطيات تكشف -:

١ - أن الاتصال الجماهيري يشيع جواً اتصالياً حول الجمهور قوامه اللغة التي تحمل المعاني، وهذا الجو بلغته اللفظية وغير اللفظية وبمعانيه يعمل كقوة مؤثرة في الجمهور على مستوى السلوك والشخصية والثقافة والشعور والتفكير.

٢ - أن اللغة تمارس، في هذا الجو، سلطانها على مجمل جوانب حياة الأفراد والجماعات، فعلى صعيد الفكر –مثلاً - يمكن أن يشيع من خلال استخدام اللغة فكر يتضح فيه العمق والشمول والواقعية والمرونة

والتنظيم والتذوق المرهف .ويمكن أن يشيع ما هو مغاير لذلك كالسطحية وضيق الأفق والتوهم والتعصب ، والارتباك والابتذال، وخاصة في الحالات الاتصالية التي تشهد اللغة فيها استخداماً مضللاً ، أو جنوحاً إلى اللفظية والتشدق باللفظ الرنان ، أو خلو اللغة من الفكر الواضح والمعبر.

٣ - أن أفراد الجمهور يمارسون عمليات انتقائية في تعرضهم للرسائل، وفي تذكرهم وإدراكهم. كما أنهم يحكمون على مضمون الاتصال أو لغة الرسالة المستعملة، ويشكل هذا الحكم قرار الجمهور فيما إذا كانوا مع أو ضد أو بين بين أو إذا كانوا غير مكترثين.

وعل هذا الأساس وعلى وفق المعطيات النفسية والاجتماعية يعد (قرار) الجمهور انتقائياً أيضاً.

٤ - أن بعض أفراد الجمهور ينقلون إلى أفراد آخرين بعض ما يتعرضون له في وسائل الاتصال الجماهيري، وهم يستعينون بلغة أقرب إلى اللغة العملية الاجتماعية لكنها متأثرة بحدود مختلفة باللغة المستخدمة في الاتصال الجماهيري إلى حد ا ما ، وبذا فهم في هذا الحالة يخضعون لنظرية انتقال المعاني على مرحلتين.

٥ - أن أفراداً آخرين في الجمهور يحتمل أن يكونوا مرسلين في وسائل اتصالية جماهيرية أخرى، لذا فهم ينتقون بعض المضامين ويصوغونها في أشكال لغوية جديدة عبر الوسائل التي يعملون فيها، وهذا يتيح لبعض الأفراد المستقبلين ان يكونوا مرسلين على مستوى الاتصال الجماهيري.

٦ - أن رجع الصدى (Feedback) والمتمثل في رد الفعل الفوري الذي يتسلمه المرسل من المستقبل يعد معدوماً أو شبه معدوم في عملية الاتصال الجماهيري، لذا يظل تفاعل المرسل الجماهيري مع أفراد الجمهور تفاعلاً غير مباشر.

ومن جانب آخر فإن ما يحصل من ردود أفعال لدى أفراد الجمهور قد يتحول إلى تأثر، وقد يقف عند حدود رد فعل لحظي، وقد يتخذ شكلاً شبه لغوي مثل التعبير عن الإعجاب، أو الدهشة، أو السرور، أو السخرية أو التحسر أو الضحك أو ما إلى ذلك من الأشكال شبه اللغوية .

الوصايا

١ - ما دامت اللغة تفرض هيمنتها وسلطانها على مجمل جوانب النشاط العقلي والانفعالي و على السلوك والشخصية، وما دامت اللغة تشهد بفضل تطور وسائل الاتصال الجماهيري واتساعها، تطورات تقتضيها طبيعة عمليات الاتصال وطبيعة الجمهور، لذا فإن الالتزام بلغة معبرة عن المعاني الرفيعة بأسلوب رفيع بعيد عن الابتذال هو مطلب جوهري ينبغي التمسك به من قبل المصدر الاتصالي.

٢ - ما دامت اللغة نظاماً عرفياً تواترت مفرداته وسياقاته باصطلاح المجتمع وإقراره، لذا فإن أي تصنع فردي في نظامه الكتابي أو نظامه الصوتي هو افتعال من غير الميسور إقراره اجتماعياً، الأمر الذي يتوجب على المصدر تجنبه.

٣ - لما كانت احتمالات فهم أفراد الجمهور للرسالة عند فك رموزها فهماً غير متطابق مع ما يريده المرسل هو احتمال قائم في جميع الحالات .وبدرجات متباينة، فضلاً عن أن أفراد الجمهور يتباينون في مستويات الفهم واتجاهاته، ولما كان من غير الممكن للمصدر الاتصالي تلافي هذه الظواهر بشكل قاطع ونهائي، لذا فإن محاولته التقليل من الخطأ في الفهم هو مطلب يترتب العمل من أجل تحقيقه، وذلك من خلال الابتعاد عن كل ما يبعث على اللبس أو يثير الإبهام، مع استخدام لغة هي في حدود الإطار الدلالي بينه وبين جمهوره.

٤ - ما دامت العمليات الانتقائية هي جزء لا يمكن فصله عن عملية الاتصال الجماهيري فإن أمام المصدر الاتصالي مسؤولية صياغة المضمون في أشكال لغوية لفظية وغير لفظية بما يجذب الانتباه ويستوحى الذاكرة ويحول دون تشتت الإدراك ويقود إلى سلامة حكم الجمهور وقراره.

٥ - ما دام التشويش في دلالات الألفاظ عنصراً خارجياً يؤثر في عملية الاتصال الجماهيري دون امكان تلافيه نهائياً، لذا يترتب أن يحرص المصدر على الإقلال من بلبلته للمعاني قدر الامكان وذلك من خلال الابتعاد عن كل ما يثير اضطراب المعاني والتركيز، عند صياغة الرسائل ، على ان تكون اللغة في حدود القاموس اللغوي للجمهور، وان يكون تجاوزه ذلك القاموس محدوداً.

٦ - لما كانت اللفظية تمثل مرضاً اجتماعياً قوامه استخدام مختل للغة وفراغ فكري، ولما كان لهذا المرض الاجتماعي أخطاره الضارة على المستوى الثقافي والفكري للمجتمع. لذا فإن مسؤولية جسيمة ملقاة على عاتق المصدر في ان ينأى عن اللفظية في استخدامه اللغة، ويحول دون شيوعها لدى المجتمع.

٧ - حيث أن اللغة هي وعاء للتغيير والاتصال ولها الطواعية في أن تستخدم أيضاً في التضليل والتمويه ولما كان الاتصال الجماهيري هو نشاط هادف وله مواثيقه الأخلاقية، لذا فإن ذلك يفرض على المصدر مسؤولية الالتزام بأخلاقيات الاتصال والتمسك بوظيفة اللغة في التعبير والاتصال.

٨ - لما كانت اللغة ذات بعدين: لفظي وغير لفظي، ولما كانت لكل وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري قدرات في استيعاب اللغة بجانبيها، لذا يترتب على المصدر استثمار قدرات اللغة واستغلال امكانات الوسيلة إلى أبعد مدى ممكن.

٩ - ما دامت اللغة تشكل ذخيرة واسعة تتيح تأليف جمل وتعابير وأشكال أخرى مسموعة ومرئية جديدة لذا فإن تكرار أساليب الترميز يعد جموداً يبعث على ملل الجمهور ونفوره، لذا يقتضي تناول الأفكار بأساليب لغوية متجددة دون الإخلال بعناصر نظام اللغة، مع توفير المجال لأن تنمو وتتطور، طبيعياً، ضمن سياقها التاريخي لتوائم المستجدات الفكرية والمستحدثات التكنولوجية.

١٠ - لما كانت اللغة قد بلغت بفضل وسائل الاتصال الجماهيري مرتبة تطورات واضحة أدت إلى ظهور أنواع فنية في تقديم الرسائل الاتصالية ابتداءً من الاخبار والبرامج الاخبارية الى المواد الدرامية، لذا يترتب على المصدر الابتعاد عن أساليب الاستسهال في تقديم المضمون، والأخذ بالطرائق الحديثة ذات القوة والجاذبية، حيث لم يعد الاتصال نقلاً للرسائل بقدر ما هو فن نقل الرسائل الاتصالية

١١ - ما دامت عملية الاتصال تستلزم إتباع طرائق وأساليب كانت في أساسها نتائج بحوث علمية، أو استخدام متواتر ثبتت سلامته، لذا فإن تنظيم النشاط الاتصالي في جميع جوانبه لم يعد مجرد قدرة على الكتابة أو الإلقاء بل هو عملية اجتماعية ونفسية لها مقوماتها وأسسها، وهذه المقومات تنتظم لتشكل علماً قائماً بذاته هو علم الاتصال الجماهيري.

وأي مبادرة تقوم على الاجتهاد والارتجال أو تمارس بعيداً عن منظور علم الاتصال تعد مجازفة غير مأمونة العواقب. وقد شهدت بلدان كثيرة وفي مراحل دقيقة اخفاقات كبيرة في نشاطها الاتصالي بسبب اعتمادها على الاجتهاد وجنوحها عن منظور العلم.. لذا يترتب دوماً أن يكون النشاط الاتصالي وليد تخطيط وتقييم علم الاتصال بما في ذلك مسألة استخدام اللغة وترميز الرسائل، التي تعد القضية الجوهرية في عملية الاتصال بالجماهير.

١٢ - ما دام لكل وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري طابعها الخاص من حيث قدرتها على نقل الرسائل وتجسيدها ومن حيث الحاسة التي تستقبلها والعمليات العقلية التي يمارسها الجمهور في فك الرموز، ومن حيث طبيعة التعرض، لذا لم يعد مقبولاً تقديم المواد نفسها في صياغات واحدة في الرسائل المختلفة، حيث تستدعي كل وسيلة أنماطاً مختلفة من الصياغة الرمزية.

١٣ - في حالة التثبت أن اللغة المستخدمة في وسائل الاتصال الجماهيري ذات صفة رسمية مغالى في شكلياتها، وفي حالة تبين اختلافها إلى مدى واسع عن المستوى الاجتماعي للغة فإن من الضروري العمل على الاقتراب من المستوى الاجتماعي للغة، نظراً لما له من قرب إلى الجمهور، ولما يخلقه من شعور بالألفة.

١٤ - لما كان الاتصال الجماهيري يمكن أن ينتهي في تأثيراته إلى نتائج غير محسوبة لدى المصدر، أو يؤول إلى نتائج معكوسة، لذا فإن خير ضمان لسيرورة النشاط الاتصالي هو الاعتماد على أسس التخطيط والتنفيذ والتقييم العلمي، مع ايلاء أهمية كبيرة ، في البحث العلمي ، لمسألة الوقوف على اتجاهات الجمهور ومدى فهمه للرسائل الاتصالية دون الاكتفاء بافتراضات المصدر عن الجمهور وتوقعاته لأن احتمال خطأ الافتراضات والتوقعات كبير.

١٥ - لما كانت وظيفة علم الاتصال الأساسية هي الفهم والتحكم والتنبؤ لذا فإن اللغة التي تعد قوام الاتصال تستدعي وضع هذه الوظائف في الاعتبار أي أن يراعى عند الصياغات اللغوية مسألة الفهم والتحكم والتنبؤ بما تؤول إليه كل صياغة لغوية، دون إغفال إجراء البحوث العلمية الميدانية للتحقق من تلك النتائج والتأثيرات.

هوامش

(1) محمد بو عزي، أي إعلام وفي خدمة من؟، مجلة الوحدة، السنة ٥، العدد ٥٤، آذار "مارت"، ١٩٨٩، ص٣٣ (المجلس القومي للثقافة العربية -الرباط)

(2) جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، بيروت، دار الجيل، ١٩٦٨، ص١٢.

(3) Reed H. Blake and Edwin O. Horoldsen, A Taxonomy Of Concepts in Communication, New York, H.P., 1979, P 43.

(4) James Compbell and L.W. Hepler, Dimensions in Communication Readings. California: W.O.Inc, 1966, P 25.

(5) م. كوندراتوف، أصوات وإشارات: دراسة في علم اللغة، ترجمة ادور يوحنا، بغداد، وزارة الإعلام، ١٩٧٠، ص١٣٨.

(6) د. منيرة أحمد حلمي، التفاعل الاجتماعي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٨، ص١٣٩.

(7) Charles S. Mudd and Mocolm O. Sillars, Speech: Content and Communication New York, T.Y.C., 1969, P 25.

(8) د. هادي نعمان الهيتي، الاتصال والتغير الثقافي، بغداد، وزارة الثقافة والفنون، سلسلة الموسوعة الصغيرة، ١٩٧٨، ص٣٧.

(9) روبرت ديمون، صناعة الصحافة، بيروت، دار العم للملايين، 1962 ، ص٢٧.

(10) د. إبراهيم أنيس، اللغة بين القومية والعالمية، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٠، ص٣٥.

(11) شوبيني راو، العلم المعرفي وعلم اللغة النفسي، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، العدد ١١٥، شباط (فبراير) ١٩٨٨، ص١٢٢ (مركز اليونسكو، القاهرة.(

(12) د. هد سن، علم اللغة الاجتماعي، ترجمة عبد الغني ، بغداد، دار الشؤون الثقافية، ١٩٨٧ ص١٦.

(13) Reed H. Blake and Edwin O. Horoldsen, Op.cit, P 71.

(14) د. عبد الحميد يونس، اللغة الفنية، عالم الفكر، العدد1 ، المجلد ٢، ص٥٢، (وزارة الإعلام، الكويت)

(15) أحمد خيري محمد كاظم، وجابر عبد الحميد، الوسائل التعليمية والمنهج، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٦٦، ص٤٤.

(16) د. جيهان أحمد رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧١، ص٢٠٥.

(17) د. صلاح قنصوة، فلسفة العلم، بيروت، دار التنوير، 1985 ، ص١٦٥.

(18) د. محمد الجوهري، ود. عبد الله الخريجي، مناهج البحث العلمي، ج٢، ط٣، القاهرة، مطابع سجل العرب، ١٩٨٠، ص٤٧ -٤٩.

(19) محمد اوقيدي، العلوم الإنسانية والايديولوجيا، بيروت دار الطليعه، ١٩٨٨، ص١٤٠، ١٤١.

(20) د. محمد الجوهري، ود. عبد الله الخريجي، مرجع سابق، ص٤٧ -٤٩.

(21) Bruce H. Westley and Malcolm S. Maclean, A Conceptual Model for Communication Research, P 5

(22) Reed. Blake and Edwin O. Horoldsen, Op.cit, P 5

(23) د. ميشال زكريا، الألسنية التوكيدية والتحويلية وقواعد اللغة العربية، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ١٩٨٢، ص١١٥.

(24) المرجع السابق، ص١١٧.

(25) Howard H. Dean and Keneth D. Bryson, Effective Communication, New York, P.H., Inc., 1961, P 16, 17.

(26) Ibid, P 24.

(27) د. جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٥، ص٥٢٥.

(28) د. إبراهيم امام، الفن الصحفي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧١، ص٤١.

(29) د. عبد المجيد سيد أحمد منصور، علم اللغة النفسي، الرياض، جامعة الملك سعود، عمادة شؤون المكتبات، ١٩٨٢، ص١٣٦.

(30) فرديناند دي سوسير، فصول في علم اللغة العام، ترجمة أحمد نعيم الكراعين، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٧٥، ص٣١ -٣٦.

(31) د. هادي نعمان الهيتي، ثقافة الأطفال، سلسلة عالم المعرفة، ١٩٨٨، ص١٤٩ (المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت)

(32) لندلي فريزر، الدعاية السياسية واثرها على مستقبل العالم، ترجمة عبد السلام شحاتة، القاهرة، سلسلة الفكر العالمي، ١٩٦٠، ص٧٤.

(33) د. جيهان أحمد رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، مرجع سابق، ص٥٤٨.

(34) د. جان جبران كرم، مرجع سابق، ص١٥، ١٦.

(35) د. إبراهيم امام، العلاقات العامة في المجتمع الحديث، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٦٨، ص٢٨٢، ٢٨٣.

(36) Juan E. Diaz Bordenave, Communication and rural development, Unesco, 1977.

(37) Ibid, P 12.

(38) د. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٠، ص٤١، ٤٢.

(39) أدوين واكين، مقدمة إلى وسائل الاتصال، ترجمة وديع فلسطين، القاهرة، دار الأهرام التجارية، ١٩٨١، ص٤.

(40) د. جيهان أحمد رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، مرجع سابق، ص١٢٥.

(41) س. اولمان، دور الكلمة في اللغة، ترجمة د. كمال محمد بشر، القاهرة، دار الطباعة القوميه، ١٩٦٢، ص١١٧ -١٢٤.

(42) د. رضوان القضماني، علم اللسان، بيروت، مؤسسة الكتاب الحديث، ١٩٨٤، ص١١٧ -١٢٤.

(43) د. فريال مهنا، تقنيات الإقناع في الإعلام الجماهيري، دمشق، دار طلاس للدراسات والترجمة، ١٩٨٩، ص٥٣.

(44) أحمد طاهر، الإذاعة والسياسة الدولية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٠، ص٧٢.

(45) روجر مانفيل، الفلم والجمهور ، ترجمة برلنتي منصور، القاهرة، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والترجمة والنشر، ١٩٦٤، ص٤٩.

(46) د. اميل فهمي، الاتصال التربوي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٧، ص٩٩، ١٠٠.

(47) د. إبراهيم امام، الإعلام والاتصال بالجماهير، ط٤، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٤، ص٣١٩.

(48) د. هادي نعمان الهيتي، الاتصال والتغير الثقافي، مرجع سابق، ص١١.

(49) المرجع السابق، ص٦٨ -٧٣.

(50) Reed H. Blake and Edwin O. Haroldsen, Op.cit, P 2.

(51) د. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد، بغداد، دار الشؤون الثقافية، ١٩٩٨، ص١١.

(52) د. سمير حسين، الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام، القاهرة، ١٩٨٤، ص١٣٣، ١٤٠.

(53) د. عبد المجيد سيد أحمد منور، مرجع سابق، ص٣٣.

(54) د. زكي نجيب محمود، أفكار ومواقف، ط٣، القاهرة، دار الشروق، ١٩٨٧، ص١٨٩.

(55) د. عبد الحميد يونس، مرجع سابق، ص٤٧.

(56) د. جمال زكي والسيد ياسين، أسس البحث الاجتماعي، القاهرة، دار الفكر العربي، ص٤٣، ٤٤.

(57) د. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري: المنظور الجديد، مرجع سابق، ص١٥.

(58) محمد اركون، الفر العربي، بيروت، منشورات عويدات، 1985 ، ص٢١ -٣٣.

(59) د. نايف خرما، أضواء على الدراسات اللغوية المعاصرة، سلسلة عالم المعرفية، ١٩٧٨، ص٧٤ (المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت)

(60) د. إبراهيم أنيس، مرجع سابق، ص١٠٣، ١٠٤.

(61) أنيس فريحة، نظريات في اللغة، بيروت، دار الكتب اللبناني، ١٩٧٣، ص١٠٣.

(62) د. جان جبران كرم، مرجع سابق، ص٧١.

(63) مارشال ماكلوهان، كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة د .خليل صابات وآخرين، القاهرة، المطبعة العربية الحديثة، ١٩٧٥، ص٩٢.

(64) د. حنفي بن عيسى، محاضرات في علم النفس اللغوي، الجزائري، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، ١٩٧٩، ص٣٧.

(65) د. يحيى أحمد، الاتجاه الوظيفي ودوره في تحليل اللغة، عالم الفكر، المجلد ٢٠، العدد ٣، ١٩٨٩، ص٧٢.

(66) د. عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، القاهرة، المركز الثقافي الجامعي، ١٩٨٠، ص١٢.

(67) د. قيس النوري، الحضارة والشخصية، بغداد، وزارة التعليم العالي، ١٩٨٨، ص١٤٣.

(68) د. قسطنطين زريق في معركة الحضارة، بيروت، ط٤، دار العلم للملايين، ١٩٨١، ص٩٧.

(69) د. تركي رابح عمامرة، نشر الثقافة العربية في العالم، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد ٢١، ١٩٨٦، ص٩ (جامعة الكويت)

(70) د. متعب مناف السامرائي، ثورة على القيم: فكرة جديدة للبناء الاجتماعي، بغداد، مطبعة التلغراف، ١٩٦٥، ص٧١.

(71) د. إبراهيم أنيس، مرجع سابق، ص١٠٢.

(72) شوبيني ل. مراد، مرجع سابق، ص١٢٢.

(73) جورج كلاوس، لغة السياسة، ترجمة ميشيل كيلو، دمشق وزارة الثقافة والإرشاد، ١٩٧٧، ص٧.

(74) ليونيل روبي، فن الإقناع، ترجمة محمد علي العريان، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٦١، ص٨٩.

(75) د. زكي نجيب محمود، مرجع سابق، ص١٩١.

(76) د. أحمد أبو زيد، حضارة اللغة، عالم الفكر، العدد ١، المجلد ٢، ص٢٧ (وزارة الإعلام، الكويت)

(77) ليونيل روبي، مرجع سابق، ص٨٩.

(78) د. صلاح فضل، نظرياته البنائية، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٨، ص٢٦.

(79) George Gerbner, Mass Media and human communication theory, 1972, P 51.

(80) Wilbur Schramm, How communication work, in: MC. Garry, Mass Communication, London: c.b, 1970, P 34.

(81) روجر كلوس، الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيري، ترمة تماضر توفيق، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، العدد ٢، يناير ١٩٧١ (مركز مطبوعات اليونسكو -القاهرة).

(82) Wilbur Schramm, mass, Men, Message and Media: a look at human communication, H. and R., 1973 P 120-124.

الدراسة الثانية

لغة الإعلام والنهضة القومية

تتطلب دراسة "لغة الإعلام والنهضة القومية" الكشف عمليا عن العلاقة بين أساسين، هما "اللغة" و"النهضة" كي تعد الدراسة ضمن صنف ما يسمى: بحوث اختبار الفروض السببية.

ويعنى هذا المستوى من البحوث بتلبية عدة متطلبات علمية من بينها الوقوف على أسباب الظواهر والكشف عن علاقاتها بمتغيرات محددة، وتأثير بعضها في البعض الآخر.

وتدخل بعض أنواع بحوث اختبار الفروض والعلاقات السببية ضمن منهج البحث التجريبي كما أن منها ما يُعدّ ضمن البحوث الميدانية، التي تستعين بأدوات بحث منها: الاستبانة ودليل المقابلة، وبطرق بحث منها: المقابلة والملاحظة والقياس.

وبرغم ظهور علوم إنسانية تخضع اللغة للبحث العلمي مثل علم اللغة النفسي، وعلم النفس اللغوي، وعلم اللغة الاجتماعي، وغيرها، إلا أن مجالات الدراسات اللغوية ما تزال بعيدة عن نطاق البحث التجريبي وعن نطاق البحوث الميدانية في الوطن العربي. وقد قاد ذلك، وما يماثله من ظواهر، إلى صدور فروض وأحكام عن واقع الفكر العلمي العربي كالقول: إن الفكر العربي يميل إلى تجريد الظواهر الاجتماعية والطبيعية، ويكتفي بتكوين أجواء رمزية وأيديولوجية عن الموضوعات والأحداث، دون الميل إلى إخضاع هذه وتلك للملاحظة العلميه والتجريب العلمي.

وعلى هذا فإن حصيلة الفكر العربي حول العلاقة بين اللغة وبين أي صيغة نهضوية ما تزال وليدة ربط لم تحبك أواصره منهجياً. وهنا نجد واحداً من أساتذة الفلسفة والفكر العلمي في الوطن العربي، يفرد فصلاً كاملاً بعنوان "ثورة في اللغة" ويعرض في ثلاثة مباحث بعناوين: "من اللغة

تبدأ ثورة التجديد" ومن "حضارة اللفظ إلى حضارة الآراء"، و"نقلة من اللفظ إلى معناه". دون أن تتضح، في مجمل الفصل ومباحثه العلاقة بين اللغة وبين التجديد، باستثناء القول في استهلال الفصل:

" لست أتصور لأمة من الأمم ثورة فكرية كاسحة للرواسب، إلا أن تكون بدايتها نظرة عميقة عريضة تراجع بها اللغة وطرائق استخدامها، لأن اللغة هي الفكر، ومحال أن يتغير هذا بغير تلك [1]"..ويتكرر الأمر نفسه في كتاب تزامن وضعه مع الكتاب السابق في فصل بعنوان "التحول من صناعة الكلمات إلى صناعة الأشياء [2]."

ومن الواضح أن هناك معضلات منهجية تواجه الباحثين في الكشف عن تلك العلاقة، حيث كانت دراسات اللغة، وما تزال، تخضع مجالات محددة للبحث الوصفي دون ان تعنى كثيراً بالعلاقات والتأثيرات المتبادلة.

ومن جانب آخر فإن حركات التغير الاجتماعي ما تزال موضع اختلاف من حيث تشخيص أسبابها. وقد حاول مفكرون كثيرون تفسير هذه الظاهرة، ووضعوا في هذا الصدد فروضاً وتصورات، الا أنها لم ترق إلى مستوى النظرية، وقد استمدوا بعض عناصرها من فلسفاتهم الخاصة، واستمدوا بعضها الآخر من الرجوع إلى التاريخ الاجتماعي للإنسان كوحدة كلية .[3] ومن هذه الملاحظات أشار الكثيرون إلى العلاقة الوثيقة بين التغيرات الاجتماعية الكبيرة والتطور اللغوي. وعنها يشير أحد الباحثين إلى: أن وراء الثورة اللغوية في فرنسا تختبئ الثورة الفرنسية.[4]

وعلى هذا فقد حرص هذا البحث على تحليل اللغة، والنهضة، من خلال النظر إلى اللغة باعتبارها نظاما، والنظر إلى النهضة باعتبارها حدثا تاريخيا مستمرا وعملية تغيير اجتماعي، دون أن يسقط من الحساب الصفة التاريخية للنهضة القومية.

وقد تم الربط بين اللغة وبين التغيير من خلال تحليل اللغة من حيث الوظيفة النفسية والاجتماعية بما يفصح عن فاعلية اللغة في إحداث التأثير، وخاصة عند استخدامها في وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث يتاح للغة الشيوع والسعة، وتجسيد المعاني من خلال عناصر متعددة. مع محاولة

ربط تلك الوظائف التي تختص بها لغة الإعلام من حيث سلطانها النفسي والاجتماعي مع اعتبار "النهضة" عملية تغير لها مبررات يتوفر قدر من الاتفاق على العديد من عواملها.

أولاً :النهضة عملية تغيير اجتماعي

أصبحت موضوعات التحول والتغيير الاجتماعي والثقافي من المجالات الأساسية لبحوث العلوم الإنسانية، وقد اتخذت تلك الموضوعات مصطلحات متعددة، يعد مصطلح "النهضة" واحداً منها إلى جانب التجديد، التمدن، التقدم،التنمية، التحديث، العصرنة والتطور، والنمو.. ومع ان من هذه المفاهيم ما لها صفات عامة، الا أن منها ما لها بعض معايير القياس.

وبسبب الاختلاط بين هذه المفاهيم، من الواضح أن الكثير من المؤرخين يشيرون إلى "النهضة" باعتبارها إرهاصات للتحول وارادة في التغيير شهدته المجتمعات الحديثة في فترات متباينة، لذا فمع أن "للنهضة" بداية، الا أنها يغلب أن تظل مستمرة إذا اتخذت صورة تغيير متناغمة مع سمات الحداثة.. وتظل النهضة مرتبطة بمجمل عمليات التحول الاجتماعي والثقافي والتي يتوفر الإجماع على أنها وليدة عوامل متعددة كالعوامل الاقتصادية والبيئية والتكنولوجية، والثقافية ، والاتصالية..

وقد شهد الوطن العربي مع مطلع القرن التاسع عشر أحداثا آلت إلى تأثيرات اجتماعية وثقافية فيه، حيث توفرت فرص اتصالية بين العرب والغرب. ومع أن شكل "الاتصال" في بداياته الأولى كان قد تمثل في حركات غزو عسكرية، ابتداءً من حملة نابليون في عام ١٨٩٧، الا أن تلك الحركة اتخذت أشكالاً اتصالية أخرى. وتزايدت فرص الاتصال عند ظهور وسائل الإعلام الحديثة كالكتب، والصحف، والسينما، والإذاعة والتلفزيون، واتخذت الأنماط الاتصالية أشكال الإعلام، والدعاية، والعلاقات العامة، والحرب النفسية، والإعلان لمسايرة الحضارة(٥) حيث تشكل اللغة صورة من صور الحضارة

ولا يمكن تصور أي من الحضارات التاريخية المعروفة دون تصور اللغة أو اللغات التي عبرت عنها حيث تعبر اللغة عن الحضارة من خلال المفردات والتراكيب، فالمفردات تدل على سعة خبرات المجتمع وعمقها، وبالتالي على نوع الحضارة التي يتميز بها، وحيثما تكون الخبرات محدودة بحكم غلبة الطبيعة الجغرافية أو التخلف الاقتصادي أو العلمي أو سواه، تأتي مفردات اللغة محدودة المعاني ضيقة الدلالة، فاللغة مرآة للوضع الحضاري السائد(٦) وعلى أساس معطيات في هذا الشأن أمكن القول بارتباط اللغة بتطور المجتمع والفكر الإنساني. ولهذا فإن لغات الشعوب المتطورة متقدمة على غيرها في مفرداتها واستعمالاتها(٧) إذ أن الألفاظ والمعاني هي من خلق الواقع التاريخي التي صدرت فيه، فعاشت، ورسخت.. وقد يرفعها واقع تاريخي آخر فتذبل وتتهافت..[8]

ثانياً: فاعلية اللغة

يستعين الإنسان باللغة في تحقيق وظائف أساسية يمكن تحديدها في:

١ - الوظيفة الاتصالية، المتمثلة في تكوين أشكال لغوية تحمل أفكاراً ومشاعر يمكن تناقلها بين الأطراف بطرق مباشرة أو غير مباشرة.

٢ - الوظيفة التجريدية، المتمثلة في تجريد الواقع أو اختزاله وتحويله إلى رموز، مما يتاح للإنسان فهمه وضبطه بدرجة ما.

٣ - الوظيفة التعبيرية، المتمثلة في إثارة الانفعالات أو التعبير عن المشاعر أو تحريك العوامل النفسية للآخرين.

٤ - الوظيفة التوجيهية المتمثلة في حفز الآخرين نحو ميل أو اتجاه أو سلوك ما، اعتماداً على استمالة عقلية أو عاطفية.

٥ - الوظيفة التعميمية المتمثلة في إعمام إلى ما هو مماثل أو مشابه نسبة إلى صفة أو فصيلة أو مجموعة أو جماعة.

وهذه الوظائف يمكن لها أن تقود إلى استنتاج عدد من خصائص اللغة، ومنها:

١ - ارتباط اللغة بالسلوك الإنساني، حيث تعد اللغة أهم مظهر للسلوك، ومن بين ما يعنيه ذلك شيوع أنماط وعادات لغوية تساعد على التنبؤ عما يصدر عن فرد من رد فعل أو من إجابات في مواقف معينة، كما تتضح من خلال ذلك اهتمامات الأفراد واتجاهاتهم.

٢ - ارتباط اللغة بالعمليات العقلية كالتفكير والتخيل والتصور والتذكر، حيث أن الفرد يمارس هذه العمليات من خلال اللغة، وهذه كلها تقدم صوراً وذكريات ومفهومات عن الأشياء والأشخاص والموضوعات، وتوفر تصنيفات في هيئات جاهزة، وأساليب من التجارب، وتجسد الخبرات الإنسانية مما يتيح للأذهان تأملها والوقوف عليها إذ لا يمكن التفكير -مثلاً - دون استخدام وحدات الفكر، ووحدات الفكر هي وحدات اللغة.

٣ - يتيح استخدام اللغة تجميع الفرد لاستجابات في موقف محدد، واستخلاص سمات معينة من ذلك الموقف والتعبير في شكل لغوي حيث أن كلامه يشكل التجميع والاستخلاص اللذين يعدان عنصرين أساسيين للتجريد... فضلاً عن ان استخدام اللغة يتيح تحليل أي صورة أو فكرة إلى أجزائها أو خصائصها.. ويمكن إعادة تركيبها في ذهنه أو في ذهن من تتوجه إليه اللغة. حيث يتم تكوين اللغة من عناصرها ووضع ترتيبات منها، تحليلاً أو تركيباً.

٤ - توفر اللغة أساسا لشعور الأفراد بانتمائهم، وإدراك الأفراد لمشاعر التضامن، حيث تبدو وكأنها قوة تقرب بين الأفراد وتوثق بينهم الصلات، علاوة على أن اللغة هي أساس اشتراك الأفراد في الذكريات التاريخية والثقافية والاجتماعية، أي أنها تسهم في بلورة وعي الأفراد بالعلاقات فيما بينهم، وقد تتضافر عوامل تدفع بذلك الشعور نحو الاشتراك وتحمل مسؤولية التحرك بالمجتمع فيما يطلق عليه" الوعي الجمعي" أو "الشعور الجمعي."

وعلى هذا فانه، بفضل دور اللغة في السلوك والتفكير والاتصال والتجريد والتعميم والمشاركة والتفاعل والانتماء، فانها تعد العامل

الأساس في إحداث التأثير المتبادل بين الأفراد والجماعات وبلورة الوعي الإنساني وتطور الثقافة والحضارة.

واستناداً إلى ذلك يمكن الربط بين مجمل عمليات التحول في المجتمع وبين اللغة ما دامت للغة تلك الفاعلية في مجمل جوانب السلوك الإنساني بحيث يمكن القول: إنه من غير الممكن ان يسير الإنسان في أي من طرق التحول إلا بفضل اللغة، ما دامت لها عوامل فكرية واتصالية، وما دام من الجانب الآخر، لحركة التعبير الاجتماعي والثقافي -بما في ذلك: النهضة - عوامل فكرية واتصالية.

والإشارة إلى العوامل الاتصالية، توجب التذكير أن النهضة العربية كانت قد أعقبت زمنيا عصر التنوير في أوربا في القرن الثامن عشر والذي طغى فيه تأكيد رواده من الفلاسفة والإيديولوجيين والباحثين على أن الإنسان قادر على تغيير ظروفه المادية والمعنوية تغييراً إيجابيا عن طريق الفعل والجهد المنظم والواعي.

الا أن من الظواهر اللافتة للنظر أن عصر مطلع النهضة الحديثة في الشرق العربي لم يشهد حركة عربية تحديثية خالصة تعمل على الاستيعاب الكلي والجوهري للحضارة الغربية بأحلال النظرة العقلية العلمية محل النظر الغيبية..وما برز ضمن هذا الاتجاه يمثل نماذج فردية[9]..

ويلاحظ أنه برغم أن الاتصال بين العرب والغرب أفضى إلى نشوء الدعوة إلى التجديد أو الاستنارة، خاصة وأن بعض العوامل الداخلية كانت تحفز على ذلك، إلا أن النهضة العربية شهدت تيارات متباينة، لكن الظواهر الناجمة عنها سرعان ما أخضعتها لمنطقها وصاغت مثلها القوى المتحكمة وتلك التي تمتلك أوجه نفوذ تقليدية بوجه خاص، لذا لم تأت تلك النهضة بتحولات كبيرة، خاصة وأن أجواء التفكير لم تتهيأ فيها الحرية الكافية.

واتضحت حركة إحياء اللغة العربية منذ إرهاصات النهضة الأولى في عدد من الأقطار العربية.. وأتضح دور الصحافة واسعا في هذا المجال.

وكانت الصحافة الشعبية قد بدأت بالظهور في الوطن العربي مع بدء النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وقد اتسعت كثير من تلك الصحف لنشر فكر رجال الإصلاح وقادة الحركات الاجتماعية حتى أصبح موضوع الإصلاح حديث العامة والخاصة، بل أصبحت الدعوة إلى الإصلاح من أهم مواد الصحيفة التي ترجو لنفسها البقاء وكسب الرأي العام .[10]ومع أن رواد النهضة الأوائل قد ساهموا.. بجهودهم عن طريق المدارس أو النوادي أو الجمعيات أو الأحزاب، إلا أنهم لم يستغنوا عن الصحافة، حيث كانت وسيلتهم الأساسية للاتصال بالآخرين والإفصاح عن آرائهم.

وبوجه عام، فإن موضوعات جديدة قد طرحتها الظروف التاريخية منذ بدء إرهاصات النهضة، حيث كان ظهور الصحافة بداية انطلاقة فكرية استدعى تناولها والتعبير عنها استخدام أساليب لغوية جديدة تستوعب التطورات الفكرية وتتفق مع متطلبات الحياة الجديدة وتتناسب مع مستويات القراء.

وعلى هذا كانت التطورات التي صاحبت النهضة في ميادين العلوم والفنون والسياسة والاجتماع والاقتصاد وما رافقها من نهضة في اللغة والاصطلاحات استوعب تلك الأساليب الجديدة التي تتسع لتلك التطورات، وقد تحملت الصحافة عبء هذا الجهد بشيوعها وانتشارها وسرعة تأثر الناس بها فطوعت اللغة وجعلتها مرنة تفي بالحاجة للتعبير عن تلك المتطلبات، وقد رافق ذلك كله نهوض في مستوى التعليم .[11]

مع ذلك فإن لغة الصحافة نشأت في مطلع عهدها ضعيفة تميل إلى تسجيع العبارات، وقد مرت بمراحل متعددة.[12]

المرحلة الأولى: هي مرحلة الأسلوب المسجع الذي يتضمن أنواع البديع والمحسنات اللفظية التي تطغى على المعنى أحياناً... وقد ظل هذا الأسلوب شائعاً في الصحافة العربية لدى نشأتها حتى الربع الأخير من القرن التاسع عشر ...والمرحلة الثانية: بدأت مع قيام مرحلة جديدة نعمت بقسط من الحرية، وفيه طرأت تغييرات جديدة في الأسلوب مع المحافظة على البلاغة

والبيان، وكان صحافيو هذه المرحلة قادرين على إنشاء المقال الصحفي بلغة يمكن أن تصلح لكتابة الأدب أكثر من صلاحها لكتابة الصحف ولكنهم اكتسبوا من المران ما جعلهم يحسنون التحرر من قيود السجع والمحسنات اللفظية مع محافظتهم على نصاعة الأسلوب وصفاء العبارة.. أما المرحلة الثالثة: فقد بدأت مع مطلع القرن العشرين حيث أصبحت للصحافة العربية لغة خاصة بها، حيث تتضح فيها السهولة والبساطة والقرب إلى الأذهان والنفوس.

وحصلت، بعد ذلك تغييرات واسعة في لغة الصحافة.

وعلى أساس ذلك أمكن القول أنه كان للصحافة دور كبير فيما أصاب اللغة من تغيير وإزاء ذلك لا يعد من المبالغة القول: إن العربية المعاصرة مدينة للصحافة فيما تتمتع به الآن من مرونة ويسر، وإن أسلوب الصحافة في التعبير هو الأسلوب الذي يجمع الناس على فهمه وعلى محاكاته حين يتكلمون أو يكتبون، وقد وجد هذا الأسلوب طريقه إلى الوطن العربي بأسره، فأصبح هو الأسلوب الذي يجتمع العرب على فهمه ومحاكاته .[13]

وكان المستعرب الألماني هانز فيشر قد عني بالمعجم العربي منذ أوائل القرن العشرين وعمل من أجل إصدار معجم عربي على غرار معجم اوكسفورد التاريخي، إلا أنه توفي عام ١٩٤٩ وكان قد أنجز جزءً من مشروعه، حيث أشار فيه الى ظهور أسلوب صحفي متميز متطور في العربية يستخدم في كتابة التقارير الصحفية والأخبار ومناقشة الموضوعات السياسية العامة والمحلية من خلال الراديو والصحف، ووصف ذلك الأسلوب بأنه ينمُّ عن تأثيرات أجنبية وله شكل موحد في كل أنحاء الوطن العربي وإن ذلك الأسلوب وصل إلى قطاعات كبيرة من السكان.

وبفضل الإعلام الجماهيري توفر لأعداد واسعة من الناس، غير متجانسة؛ أي متباينة عمريا، واجتماعيا، واقتصاديا، وثقافيا، وتعليميا، ومتباعدة مكانياً أن تقرأ لغة واحدة في وقت واحد أو في أوقات متقاربة،

بفضل وسائل الإعلام الجماهيري التي تشكل أدوات مادية ملموسة لحمل المعنى المقروء وتجسيده والتي تعد أدوات إنتاج إعلامي كبير.

وأدت الكتب أدواراً مهمة إلى جانب الصحافة، في حركة النهضة عموما والنهوض اللغوي خصوصا، وظهرت وسائل اتصال أخرى كالسينما والإذاعة والتلفزيون، وكانت هذه الوسائل انعطافة كبيرة أخرى في الفعالية الإعلامية في الوطن العربي، حيث تبلورت أنماط اتصالية جديدة كالدعاية، والحرب النفسية، والإعلان، وظهرت فنون صحفية، كالاخبار، والقصة الإخبارية، والعمود، والمقال، والتقرير، والتحقيق الصحفي، وغيرها.

وعل هذا فإن تزايد وسائل الإعلام، وتنوع الفنون الإعلامية واستمرار ظهور مستجدات مادية وفكرية كان يدفع باستمرار إلى الإقدام على أساليب لغوية جديدة وتحرير اللغة من بعض الصيغ التعبيرية والشكلية التي لم تعد تلائم حياة العصر ومتطلباته.

وإذا كانت الصحافة قد وضعت أساساً للغة الإعلام، فإن ظهور الوسائل الإعلامية الالكترونية الأخرى، وتنوع الصيغ الشكلية والتعبيرية فيها قد ساهمت إلى حد ما، في تعميق المستوى اللغوي الذي بدأته الصحافة، الا أن ذلك قاد، في الوقت نفسه، إلى تمييز لغة الصحافة عن لغة الإذاعة، وعن لغة التلفزيون.

وهكذا، تضافرت عوامل متعددة لتطوير لغة الإعلام، منها تزايد الخبرة في استخدام اللغة عبر كل وسيلة من وسائل الإعلام بما في ذلك الأدوات المستخدمة في نقل واستقبال المعلومات وطباعتها وخزنها وتوزيعها، فضلاً عن التغييرات الأخرى في مجمل عناصر نموذج عملية الإعلام، وخاصة ما يتعلق بالمؤسسة الإعلامية والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وبصياغتها الرسائل، وبالجمهور، إضافة إلى مجمل ما يحصل في المجتمع من تغييرات نفسية واجتماعية، حيث أن العلاقة وثيقة بين اللغة وبين جوانب التغيير الثقافي والحضاري.

ومع أنه يمكن النظر إلى اللغة بأن لها مستوى علميا، وآخر عمليا، وثالثا أدبيا الا أن هذه المستويات تتضح في قنوات الاتصال المتخصصه أو النوعية، مثل الكتب أو الصحف المتخصصة أو القنوات التلفزيونية أو المحطات الإذاعية النوعية أو ما يسمى الاستخدام المتخصص للإذاعة والتلفزيون، فإن سمة كل مستوى لغوي تظل طاغية دون الالتزام الكامل بالأساليب التي تبدو لعامة الناس معقدة. وبذا تبدو لغة الإعلام، في جانب منها، حصيلة المستويات اللغوية المختلفة وخاصة المستوى الأدبي، والمستوى الاجتماعي، والمستوى العلمي. وتبدو من جانب آخر حصيلة التفاعل بين الفصحى والعامية واللغات الأجنبية. فضلاً عما هو ناجم عن البيئة وما فيها من مستحدثات مادية ومعنوية في مجمل الجوانب الاجتماعية والنفسية والسياسية والاقتصادية والتكنولوجية والطبيعية، على أساس أن اللغة تتبادل التأثير مع ظواهر المجتمع.

ولغة الإعلام الفصحى هي غير مستوى فصحى التراث التي توصف بأنها تقليدية، والتي يكثر بعض المتحدثين والكاتبين من رجال الدين من استخدامها، وتبدو في الموضوعات الصحفية والبرامج الدينية الإذاعية والتلفزيون، ومجالات استخدامها تقلّ باستمرار ويحل محلها مستوى لغوي متجدد هو فصحى العصر التي يمكن اعتبار لغة الإعلام صورة من صورها المتعددة.

ويظهر في فصحى العصر تأثرها بمستحدثات الحضارة المعاصرة، المعنوية والمادية، واستعدادها الطيّع لتناول مجمل موضوعات الفكر الإنساني، بما في ذلك ما يعدّ استخداما علميا أو أدبيا أو فنيا.

ولغة الإعلام، مع أنها غير مثقلة بأساليب لغة التراث وتراكيبها ومفرداتها وصورها واستعاراتها، الا أنها غير منفصلة عن هذه اللغة، بل هي ترى فيها مصدراً أساسياً لها.

ولغة الإعلام الجماهيري ليست لغة العلم، لأن هذه الأخيرة هي استخدام للغة استخداماً موضوعياً في صياغة حقائق العلم، مع هذا فإن لغة الإعلام تستمد من لغة العلم الكثير من الكلمات والتعابير كما أنها تمد هذه

اللغة بكثير من العناصر بما في ذلك العمل باستمرار على تقريبها من مستوى وعي المجتمع.

ولغة الإعلام الجماهيري ليست لغة الأدب، ذلك لأن هذه اللغة تشكل أبنية فنية متخيلة أو عاطفية وهي تأخذ من بعض أشكال التعبير أو التصوير غاية في ذاتها، في الوقت الذي تجعل لغة الإعلام من الوظيفة الاتصالية وظيفتها الأولى.

وقد أطلق على لغة الإعلام باعتبارها مستوى لغوياً جديداً اسم النثر العملي أو النثر الصحفي وهناك من وضعها في مرتبة وسطى بين لغة الأدب وبين لغة التخاطب اليومي لكن قربها من لغة الأدب، خاصة في بدء نشأتها، جعل بعضهم يطلق عليها لغة الأدب العاجل.

ولغة الإعلام اقترضت، وما تزال تقترض من اللغات الأجنبية أساليب ومفردات لفظية ويصل الأمر إلى استعارة كلمات ومصطلحات وطرق بناء الجمل، وتأخذ بعض الكلمات الدخيلة أبنية الكلمة العربية، بينما تحافظ بعض الكلمات على بنائها الأصلي، وقد تدخل في صيغة لفظية مختلفة عما كانت عليه في اللغة الأصلية .ودخول بعض الكلمات الأجنبية كثيرا ما يستتبعه اشتقاقات على غرار ما يحصل للكلمة العربية، حيث تجرى تركيبات لغوية منها.

وتدخل في لغة الإعلام كلمات عامية، وتعبيرات على غرار العامية. وقد امتصت لغة الإعلام عبر الصحافة والكتب الكثير من هذا الاقتراض.

وعلى صعيد الإذاعة والتلفزيون والسينما فإن هناك نسبة عالية من لغة الإعلام الفصيحة إلى جانب اللهجات العامية، وخاصة في المواد الدرامية ومواد الحوار، حيث أن لغة التخاطب اليومي المحلي يسود في وسائل الإعلام على حساب لغة الإعلام الفصيحة.

وبهذا فإن لغة الإعلام هي مستوى يكاد أن تكون لغة الصحافة وما هو على غرار المواد الصحفية من مواد إذاعية وتلفزيونية، أما ما عدا ذلك فيغلب أن يكون على غرار لغة التخاطب اليومي، التي هي لغة شفاهية أو منطوقة، والتي لا يبدو عليها انتظام جمل وعبارات اللغة المطبوعة، ويؤدي

الانفعال الظاهر أثناء اللفظ دوراً مكملاً ومهما اذ يمكن وصف لغة التخاطب عبر تلك الوسائل الإعلامية بانها ذات صفة انفعالية، هي كثيراً ما تسارع إلى إبراز المعنى أو المغزى دون مقدمات مطولة أو عمليات ربط محكمة، وتبدو فيها التلقائية حتى إن كانت معدة مسبقا.

وعلى هذا فعند الحديث عن لغة الإعلام لا يمكن تجاهل العامية التي تأخذ حيزا واسعا في بعض وسائل الإعلام العربية، وخاصة في الإذاعة والتلفزيون، حيث يجد فيها بعضهم سهولة في الاستخدام ووضوحا في تعبيرها عن المعنى.

ولغة الإعلام، في الوقت الذي تستمد أسلوبها وبنيانها من مستويات لغوية عدة فهي تتبادل التأثير مع تلك المستويات.. فقد أثرت في لغة الأدب، وفي لغة التخاطب اليومي وتأثرت بها، وهي تحيط بالناس في كل لحظة عبر وسائل الإعلام الجماهيري المختلفة.

ويتضح من مجمل هذه المعطيات أن لغة الإعلام كانت وليدة النهضة القومية عند بدء نشأتها، كما أنها كانت عاملا من عواملها، مما يعني أن هناك علاقة متبادلة بين لغة الإعلام وبين النهضة عموما من خلال تأثيرات الواحدة في الأخرى.

كما تتضح أن للغة فاعليتها في السلوك الإنساني فضلا عن كونها مظهراً له مع ارتباط اللغة بمجمل عمليات العقل وفي مقدمتها التفكير، الامر الذي يمنح اللغة عموما، ولغة الإعلام خصوصا، قدرة على أن تؤلف عاملاً - بصورة مباشرة أو غير مباشرة - من عوامل التغيير الاجتماعي، بما في ذلك الصيغة النهضوية .وعلى أساس ذلك قيل " أن اللغة تنمو بنمو مستخدميها وتنحط بانحطاطهم."

ومع هذا فإن لغة الإعلام اليوم تواجه مشكلات متعددة تقلل من كفاءتها الاتصالية عبر وسائل الإعلام العربية، وتقلل من فاعليتها في عملية التغيير الاجتماعي.

ويمكن حصر أبرز تلك المشكلات:

١ - مع أن اللغة بالأساس هي نظام لفظي، الا أن قضية الأداء اللغوي للغة الإعلام عبر الإذاعة والتلفزيون والسينما لم تتخذ لها ضوابط يمكن للمقدمين الاستناد إليها، حيث يتطلب تقديم المواد عبر وسائل الإعلام المسموعة مقتضيات أساسية عامة، وأخرى ترتبط بهذه اللغة دون تلك، لذا فإن إزاء افتقاد هذه الضوابط يجد جمهور الإعلام في لغة الإعلام المسموعة اصطناعا أو افتعالاً يقلل من فاعلية الإعلام ويضعف الثقة به، إذ يبدو مقدمو المواد المسموعة والمرئية وكأنهم لا يمتلكون العدة الأساسية للإلقاء وإدارة الحوار، ويرجع ذلك إلى أن لغة الإعلام لم تكتسب تلك العدة بعد، حيث أن الدراسات الصوتية العربية لم تعن بهذه الجوانب الأساسية.

٢ - كانت لغة الإعلام قد أمدت الذخيرة اللغوية العربية بكثير من المفردات، وهي ما تزال تثريها باستمرار، حيث أن غالبة مفردات الحضارة لم تكن المجامع اللغوية ولا الهيئات العلمية وراء ظهورها، اذ يسجل الفضل لوسائل الإعلام , وفي مقدمتها الصحافة في ذلك.

ورغم ذلك فإن معجمة لغة الإعلام لم تتحقق ولم تبذل الجهود من أجل ذلك الامر الذي يضيع فرص تسجيل تطور هذه اللغة، ويهدد حدود استجابتها لمتغيرات الحياة.

٣ - لم تنتفع لغة الإعلام بقدر كاف من كثير من سمات العربية وقدرتها في الاشتقاق والنحت والاقتراض الامر الذي جعل بعض مفرداتها كثيرة التكرار والتواتر، وجعل بعض تلك المفردات ذات معان عامة غير دقيقة، خاصة وإن مقارنة مفردات لغة الإعلام في العربية بلغة الإعلام في بعض اللغات الأخرى يشير إلى أن لغة الإعلام العربية ما تزال في حاجة ماسة إلى الإثراء.

٤ - ما تزال معايير الصواب والخطأ في لغة الإعلام غير مستقرة، وهي لم تعتمد منظورات متفقا عليها بعد، ومنها ما لم يراع ما تمليه

الحياة الحاضرة من تعقيدات وما تتطلبه من تناول بلغة سهلة، فضلا عما يقتضيه العصر من تجديد وابتكار وتطوير في اللغة.

٥ - مع أن التشويش في دلالات الألفاظ وحصول قدر من اللبس في المفردات هي من الظواهر التي تبدو في اللغات جميعا الا أن من الملاحظ أن هذه الظواهر تكاد ان تكون بارزة في لغة الإعلام العربي و وهذا يجعلها إحدى المشكلات التي تحدُّ من فاعلية الإعلام وتؤدي إلى سوء الفهم أو تسلط الكلمات على التفكير بحيث تصبح المعاني ثانوية، أو شيوع اللفظية وترديد المفردات الخالية من الدلالة.

٦ - أن هناك إيغالا في استخدام العامية وخاصة من خلال الإذاعة والتلفزيون والسينما مما يشكل ثغرة واسعة في لغة الإعلام كما يشكل ثغرة واسعة في الإعلام نفسه، إذ أن اللهجة العامية ضيقة في آفاقها. وهذا الغلو في استخدام العامية يقلل من فاعلية الإعلام ومن قدراته في إحداث التأثير.

٧ - أن التطورات التكنولوجية تتطلب تواؤما بينها وبين اللغة، حيث فرض استخدام وسائل الاتصال الجماهيري كأدوات مادية والتعامل مع المعلومات خزنا واسترجاعا واستنتاجا عبر أشكال لغوية، أن يتحقق الائتلاف بين لغة الإعلام وبين نظم الحاسوب الآلي، نظراً لاستحالة تطور الإعلام العربي دون التعامل مع نظم المعلومات الآلية، مما يفرض مراجعة الذات للنظر إلى الواقع بما فيه اللغة بمنظور أكثر سعة.

هوامش

(1) د. زكي نجيب محمود، تجديد الفكر العربي، القاهرة، دار الشروق ١٩، الفصل السابع.

(2) د. حسن صعب، تحديث العقل العربي في العصر الحديث، بيروت، دار العلم للملايين، ١٩٧١، الفصل الأول.

(3) د. مصطفى الخشاب، دراسة المجتمع، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٧، ص١٩.

(4) د. محمد حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٥، ص٢٩.

(5) د. إبراهيم أنيس، اللغة بين القومية والعالمية، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٠، ص٢٢٨، ٢٢٩.

(6) د. قسطنطين زريق، في معركة الحضارة، ط٤، بيروت، دار العلم للملايين، ١٩٨٨، ص٩٧.

(7) د. أحمد مطلوب، الحقيقة الشرعية وتنمية اللغة العربية، مجلة المجمع العلمي العراقي، كانون الثاني "يناير" ١٩٨٢، ص٣١٨.

(8) د. قباري إسماعيل، علم الاجتماع الثقافي، الإسكندرية، منشأة المعارف، ١٩٨٨، ص٢٧٧.

(9) د. محمد جابر الأنصاري، تحولات الفكر والسياسة في الشرق العربي، سلسلة عالم المعرفة، ١٩٨١، ص١٠ (المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب -الكويت.(

(10) أديب مروة، الصحافة العربية: نشأتها وتطورها، بيروت، دار الحياة، ١٩٦١، ص٤٢٨.

(11) د. عناد إسماعيل الكبيسي، الأدب في صحافة العراق، النجف، مطابع النعمان، ١٩٧٢، ص١٢٢ -١٢٤.

(12) أديب مروة، مرجع سابق، ص٤٣٢ -٤٤١.

(13) د. محمد حسن عبد العزيز، مرجع سابق، ص٣٠.

الدراسة الثالثة

ماذا يريد الإعلاميون من اللغويين؟

لما كان الإنسان اتصاليا ، فقد كان تحقيق الاتصال عاملا أساسا من العوامل التي دفعته إلى ابتداع اللغة ، لذا فإن وظيفة الاتصال قد عُدَّت أهم وظائف اللغة ، وكان الإنسان قد إدرك تلك الأهمية منذ ابتداعه طرائق التفاهم بالإشارات، والحركات والألوان والأشكال، قبل ظهور اللغة اللفظية.

وقد اكتسبت هذه الوظيفة أهمية أكبر، مع تطور طرائق الاتصال المختلفة، ويؤلف هذا العصر، الذي يطلق عليه: عصر ثورة الاتصال، انعطافا كبيراً في هذه الوظيفة، حيث ظهرت وسائل الإعلام الجماهيرية وأصبحت من أقوى وسائط نقل الأفكار والمشاعر، وأشد عوامل التأثير في السلوك الإنساني، وهي في مجملها تستعين باللغة.

وبفضل هذه الوسائل، تجاوز الإنسان الأساليب القديمة في تناقل الأفكار والمشاعر، في محاولته تحقيق الإقناع وإحداث التأثير، منتقلاً من أساليب كانت تعتمد على البلاغة إلى الاستخدام المنظم الذي يقوم على حصائل البحث العلمي في علم الاتصال، وما يرتبط به من علوم إنسانية أخرى، مما قاد إلى تكوين ذخيرة واسعة من النظريات والقوانين والقواعد التي تنظم أسس تعامل الناس مع الأفكار.. حيث تشكل تلك الذخيرة اليوم ما يطلق عليه.. علم الاتصال بالجماهير.

ومع أن هذا العلم ما يزال وليداً، الا أن حركة البحث العلمي فيه قد قطعت أشواطاً واسعة خلال فترة تعد قصيرة في تاريخ الاستقصاء العلمي.

وقد يكون من أبرز المشكلات التي يواجهها هذا العلم الوليد هو طغيان الاجتهادات الذاتية وشيوع الانطباعات الشخصية التي لا يدعمها منطق العلم، فضلاً عن مشكلة أخرى تتمثل في ذيوع نظرة لدى بعضهم يرى من خلالها أن علم الاتصال الجماهيري هو مزيج من عدد من العلوم الإنسانية ، رغم أن هذا العلم هو حصيلة متخصصة قوامها التعامل مع

الموضوعات المرتبطة بانتقال الأفكار والمشاعر وبالسلوك الاتصالي، مما أصبح من غير الممكن القول أن المنطق أو البلاغة، أو علم النفس أو علم الاجتماع أو علم السياسة يمكن أن ينفرد بدراسة الظواهر الاتصالية برغم ارتباط مجمل هذه الأفرع بعلم الاتصال وبرغم انتفاعه منها جميعاً، حيث أنه نهض ليشكل حصيلة علمية متفردة، هي كلٌ مركب من الحقائق العلمية التي تدور حول تناقل الأفكار والمشاعر وتأثيرها، بما في ذلك صوغ الرسائل الإعلامية واستقبالها واستخدام الوسائل، واتخاذ المواقف المختلفة التي تشمل عليها تلك العملية المعقدة التي يطلق عليها عملية الاتصال، أو عملية الإعلام.

وقد زادت ظواهر التنافس والصراع والتعاون على المستويات الإقليمية والدولية من سعة عمليات الإعلام التي توفرت لها وسائل تكنولوجية متطورة، وأساليب فنية جديدة، ومضامين فسيحة؛ إذ أتسع الإعلام وتعددت أشكاله وتنوعت مضامينه وتباينت أساليبه وأهدافه، وبرز علم متخصص يعنى بظواهره، فضلاً عن أتساع مساحة العلاقات الاجتماعية بفرعيها: المُجمِّع والمفرق، على مستوى الجماعات والنظم، مما اسبغ على اللغة المستخدمة في الإعلام أعباءً جديدة، وقاد إلى استخدام جديد للغة، بل هو قاد إلى تبلور ظواهر لغوية في جميع اللغات التي استخدمت عبر وسائل الإعلام الجماهيري.

وتمثلت تلك الظواهر على مستويات الكلمة، والجملة، والسياق، والقواعد، والأساليب والبناء، إذ فرضت عمليات الإعلام وظروف الجمهور، والتغيرات الاجتماعية أن تستجيب اللغة للتطويع بما يقود إلى تحقيق أهداف الإعلام.

لكن تلك التغيرات اللغوية ليست ذات أبعاد إيجابية في مجملها، إذ من المحتمل أن يكون بعض منها تهديداً للغة أو عاملاً يقود اللغة إلى اتجاهات غير مرغوب فيها مما يجعل من اللازم أن يلتفت اللغويون والإعلاميون، أولاً، إلى العمل على أن تكون سياقات التطور اللغوي منضبطة، وأن يعملوا على أن لا يتيحوا لعمليات التغيير أن تكون اعتباطية، وذلك حرصا على أن يكون التغير اللغوي تغييراً محسوبا ومخططا له قدر الإمكان.

والبحوث الاتصالية المعاصرة لا تكتفي اليوم بدراسة الوسائل، أو المصادر أو الرسائل أو الجمهور أو النماذج أو النظريات أو القواعد الاتصالية أو التأثيرات حسب بل هي تولي دراسة اللغة، من جوانب معينة، اهتمامها الكبير، كما يحرص المختصون في الإعلام على الانتفاع من بحوث اللغويين ويجودن يف بعضها ما يجيب عن كثير من أسئلتهم .

ويلاحظ أنه برغم ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية في الوطن العربي وانتشارها على نطاق واسع، إلا أن إخضاع اللغة العربية للبحث العلمي وتدارس التطورات الحاصلة فيها لم يتحقق بعد بالشكل الذي يتوافق مع تلك التطورات، حيث تكاد بحوث اللغويين أن تنحصر في مجالات أخرى.

لذا فإن المختصين في الإعلام كثيراً ما يقفون حيارى أمام البحوث اللغوية العربية التي لا يجدون فيها ما يقود إلى تطوير فكر الإعلام ولا يلبي مجمل متطلبات العمل الإعلامي، خاصة وأن بحوث الإعلام قد ارتقت إلى مستوى دقيق في تطبيق مناهج وأساليب البحث العلمي المعاصرة، بينما ما تزال البحوث اللغوية دون ذلك من حيث الالتزام بأسس التفكير العلمي.. كما أن التحديات التي واجهت اللغة العربية كثيراً ما تعامل معها اللغويون بأساليب عاطفية مما جعل من النتائج التي انتهوا غليها ذات سمة غير قابلة للتعميم أو هي اقرب لأن تكون مفتقدة إلى الصدق والثبات

ومن هنا تكشفت كثير من العناصر التي يجد الإعلاميون أن على اللغويين الاهتمام بها كي تأتلف جهود العمل العلمي اللغوي -الإعلامي .

ومن بين العناصر الأساسية التي يرنو الإعلاميون إلى أن يبادر اللغويون العرب إلى القيام أو الإسهام بها هي:

١ – تجويد الأداء اللغوي

تعد اللغة بالأساس نظاما لفظيا، أما ما يدخل في ذلك النظام مما هو غير لفظي كالصور، والإشارات، والحركات، والألوان، فهو يحمل معان باعتبارها رموزاً أيضاً، وإن فهم المعاني التي تجملها تلك الرموز غير اللفظية لا تخرج عن التفسير اللغوي لها.

ويتعامل الإعلاميون –عبر الراديو والتلفزيون والسينما، وعبر القنوات المباشرة كالمسرح والخطابة، والاتصالات المواجهة الأخر - بأصوات اللغة ويستعينون بمزاياها اللفظية في الدلالة على المعاني أو الإيحاء بها، أو الإفصاح عنها أو تجسيدها.

ويعد التعامل الإعلامي باللفظ موقفا دقيقا، ذلك لأن ذلك التعامل يقتضى من المقدمين عبر القنوات إصدار الأصوات اللفظية مع إحساس بها، خاصة وان الجمهور شديد الانتباه إلى أي افتعال أو اصطناع في إصدار الأصوات، وهو ينفر ممن يرددون الأصوات اللغوية دون إحساس بمدلولاتها أو وظيفتها .

وإحساس الإعلامي باللغة عند تقديم المادة الإعلامية يقود إلى فاعلية اتصالية أكبر، حيث يولى الجمهور للصوت أهمية عالية. ومع أن السياق يؤلف الأساس للجمهور لاستحضار الدلالات، إلا أن الصوت يزيد في يسر ذلك الاستحضار، وفي بث مشاعر متعددة في النفوس.

وكان برناردشو يصرّ دائما على حضور جميع تدريبات مسرحياته حتى يستطيع أن يفسر للمثلين ما لا تستطيع اللغة المكتوبة أن تنقله إليهم من المعاني التي يقصدها هو، وهو يقول في هذا: "لقد كنت بالطبع، أضطر إلى حذف كثير مما لم يكن الأداء المسرحي مستطيعا أن ينقلها إلى إفهام الجمهور بحالتها التي كتبت بها في النسخة المطبوعة.. لا لشيء الا لأن فن الحروف وان كان قد تطور تطوراً عظيماً من الناحية النحوية لا يزال في مهده بوصفه رقما فنيا للكلام: ومثال ذلك ما نراه من وجود خمس مئة طريقة لقولنا: نعم أو قولنا: لا، حيث لا نجد الا طريقة واحدة لكتابة كل من هاتين الكلمتين ."[1]

ويعتبر حسن الإلقاء من بين أولى مظاهر التعامل الصحيح مع الألفاظ، حيث يتوجب النطق السليم ومراعاة النبرات والنغمات إذ أن ذلك يعبّر عن الإحساس باللغة من جهة ويثير من جهة أخرى ما هو نفسي كتعبيره عن المزاج، أو الحالة العاطفية، أو الاتجاه... فالنغمة (Tone) في الكلام قد تعطي معنى الاقتناع أو الثقة أو الهزء أو الحزن، لذا يمكن للنغمتين

المختلفتين للفظة الواحدة، أو الجملة الواحدة أن تعطي معنيين مختلفين أو تضفي على المعنى دلالة محددة... وكان ذلك من بين الأسباب التي دعت بعض الهيئات الإذاعية إلى حرمان المذيعات من تقديم الأخبار وقصرها على المذيعين فقط، على أساس أن المرأة شديدة التأثر بالأحداث ويحتمل أن يقودها ذلك التأثر إلى إلقاء الأخبار بنغمات تعبر عن عواطف ذاتية، ف وقت يتعين فيه أن تقدم الأخبار بالذات -بلغة غير مشحونة بالعواطف.

ويفصح علم الأصوات اللغوية عن تباين اللغات من حيث الوضوح السمعي والتضخيم، ومواضع النبر والضغط والنغم.. مما يجعل للعربية خصوصيتها في هذه المجالات..

ويلاحظ أنه برغم قيام اللغويين العرب بجهود واضحة في مجال المباحث الصوتية، الا أن ما ينفع الإعلاميين لم يظهر بعد في هذا المجال لأن الكثير منها كان في عداد التأملات والعموميات.

وعلى هذا لا يجد الإعلاميون جهودا واضحة من اللغويين حول ضوابط وحصيلة النطق الصحيح والإلقاء.. ومن هنا كان أحد الباحثين قد أشار منذ بضعة عقود إلى أن "الباحث في مضمار الصفات الصوتية التي تتميز بها اللغة العربية المنطوقة يصطدم بضآلة الاهتمام، فيضطر إلى الرجوع إلى الكتب القديمة في التجويد– على ما تضمه من تعقيدات ومتناقضات "[(2)] حيث ان معظم دراسات اللغة لا يزال في صورة الأدب المكتوب تقرؤه الأعين قراءة واحدة ولكن لا تكاد تنطق به الألسنة في شكل موحد أو شبه موحد، فالعراقي ينشد الشعر العربي في نبر وإيقاع متميز عن إنشاد المصري له، والشامي تتميز بعض أصواته حتى في قراءة القرآن الكريم عن أصوات المغربي.. إن درجة سيطرتنا على النطق بهذه اللغة وأدائها لا تقارن بمستواها العظيم في الكتابة .[(3)]

وتعنى أجهزة الإعلام الكبيرة بقضايا اللغة والأصوات، ففي الإذاعة البريطانية لجنة استشارية تتألف من عدد من المختصين بشؤون اللغة والأصوات، لها لجان فرعية تختص كل منها بدراسة جوانب محددة من المشكلات اللغوية، ومن بين وظائف هذه اللجنة.[(4)]

- وضح القوانين العامة للنطق الصحيح للكلمات المشكوك في نطقها أو المختلف في نطقها بين الناس.

- تصحيح نطق أسماء الأشخاص والأماكن الأجنبية، ويتم ذلك في كثير من الأحيان بالرجوع إلى مراجعتها الأصلية.

- تحويل الكلمات الأجنبية إلى صيغ وصور إنكليزية إذا كان الأمر يستدعى ذلك التحويل، وفي حالة اللغة الإنكليزية يسمى هذا التحويل Anglification وهو يقابل التعريب في اللغة الإنكليزية.

- اختيار وجه معين من الوجوه الجائزة في بعض قواعد الصرف والنحو. إذ من المعروف في اللغة الإنكليزية –وفي العربية كذلك - أنه يجوز أكثر من وجه في القاعدة الواحدة نتيجة للتطور أو لورود هذه الوجوه عن علماء اللغة، وهنا تتمسك اللجنة الاستشارية بوجه واحد منها وترفض الأخرى وبالتالي يصبح هذا الوجه المختار هو القاعدة في الإذاعة، وبمرور الزمن تنتقل هذه القاعدة إلى الاستعمال العام في المدارس والمعاهد وبين الناس في حياتهم العامة كذلك .

وآراء هذه اللجنة ملزمة بالنسبة للإذاعة بالذات.. وقد أصدرت توجيهات عديدة تختص بالنطق وبطريقة الإلقاء وما إلى ذلك مما يتعلق بالأداء اللغوي.

وعلى هذا، فإن امام اللغويين العرب مهمة النهوض بمستوى دراسات الأداء اللغوي بالعربية عبر الإذاعة والتلفزيون والسينما والإسهام في تحديد ما يستلزمه الإلقاء ومجمل أنماط التعبير الصوتي، في وقت يتزايد إحساس الإعلاميين العرب بالحاجة إلى أن يكون أداؤهم اللغوي مقنعا وجميلا عبر هذه الوسائل التي تتطور باستمرار ويشتد التنافس فيما بينها ليس على المستويات الوطنية الإقليمية، حسب بل على المستوى الدولي أيضاً.

٢ – معجمة العربية الجديدة ولغة الإعلام

مع أن المعجم مستودع للمفردات اللغوية، ألا أنه يحمل مؤشرات مهمة على المستوى الثقافي والحضاري للمجتمع ما دام قد وضع بلغة عصره،

ومن الواضح أن المعاجم العربية القديمة ما تزال تعطي دلالات واضحة عن الحضارة والثقافة العربية القديمة برغم ان واضعي تلك المعاجم بم يكونوا – بالضرورة - يستهدفون التعبير الثقافي والحضاري بقدر ما كانوا يستهدفون إيضاح معاني الكلمات.

ويأخذ واضعوا المعاجم الحديثة للغات الحية في الاعتبار الجوانب الثقافية والحضارية، ويرون أن المعجم هو سجل لتطور اللغة، فضلاً عن أنه يشكل إفصاحا عن فكر وحضارة مستعملها، ويرون في كل تطور معجمي كبير فصلا من فصول تاريخ الأمة وتطورها الفكري، لذا يتبعون في إعدادهم المعاجم، المناهج التي تكشف عن ذلك.

والواقع العربي، في وضعه الثقافي والحضاري القائم، يقتضي وجود جهد معجمي يكشف عن مظاهره الأساسية، ويزيد يف إثراء اللغة، ويمنحها الدرجة التي تستحقها في الحياة المتغيرة.

ووجود مناهج حديثة في المعجمة يوجب انتفاء لغتنا منها، لأن أي توان في هذا الشأن يؤول إلى اتساع الفجوة بين الأصول المعجمية الحديثة وبين التناول المعجمي العربي، مما ينزع عن العربية قدرتها على التواؤم مع الحياة ومصارعة اللغات الحية.

ويزيد من أهمية هذه الدعوة ان المعاجم العربية القديمة كانت قد وضعت على شاكلة يصعب أن تلبي الغاية المعجمية الحديثة، علاوة على أن محاولات المعجمة العربية الحديثة، هي الأخرى، لم ترق إلى المستوى الذي ينبغي أن تكون عليه معاجم لغة حية وثرة كالعربية.

وهناك اعتراف بعجز المعجم القديم عن تلبية المتطلبات المعجمية الحاضرة، وهناك إشارة إلى ذلك للأمين العام لمجمع اللغة العربية في تصديره الطبعة الأولى من "المعجم الوسيط" بالقول

" المعجم العربي القديم، على غزارة مادته، وتنوع أساليبه، أضحى لا يواجه تماما حاجة العصر ومقتضياته، ففي شروحه غموض، وفي بعض تعاريفه خطأ، وفي تبويبه لبس، وابى أصحاب المعاجم الا ان يقفوا بالعربية عند حدود زمانية ومكانية ضيقة ففقدت كثيرا من معالم الحياة

والتطور".. وما المعجم الا أداة بحث، ومرجع سهل المأخذ، فينبغي أن يكون واضحا دقيقاً، مصوراً ما أمكن، محكم التبويب.. ومعاجمنا العربية القديمة لا تتمشى - في منهجها - مع مبادئ فن المعاجم الحديث، ففي الرجوع إليها عناء ومشقة، وفي عرضها حشو واستطراد ".[5]

وقد حاول بعض اللغويين منذ أخريات القرن التاسع عشر تدارى هذا النقص، ... وهم، فيما يبدو متأثرون بالمعاجم الغربية الحديثة، ولكنهم لم يستطيعوا التخلص من قيود الماضي، ولم يجرؤا على أن يسجلوا شيئا من لغة القرن العشرين، وما كان لهم أن يفعلوا والأمر يتطلب سلطة أعظم، وحجة لغوية أقوى [6]ذلك أن معجمي اللغة العربية المحدثين تشدهم تجربة ضاربة في أعماق التاريخ، وتقيد حركتهم تقاليد معجمة راسخة، تجعلهم دائما يتلفتون إلى الوراء حين يقررون أي المناهج يتبعون كلما شرعوا في وضع معجم حديث للغة العربية، أهو المنهج التقليدي برمته أم المنهج الغربي الحديث برمته، أم يأخذون من هذا وذاك ما يتفق وطبيعة اللغة العربية .[7]

وعلى هذا فإن الحاجة ماسة إلى جهد معجمي عربي متواصل يبقي للعربية حيويتها ويساهم في تجديدها ومواكبتها تطورات الحياة.. ويجد الإعلاميون أنفسهم في أشد الحاجة إلى أن يجدوا لغة الإعلام، وقد بدأت معجمتها ذلك لأن حركة الاتصال الوطني والإقليمي والدولي الواسعة وما يحكمها من تفاعل اجتماعي تستوجب تبلور لغة الإعلام في صيغ مرنة، طيعة في تعاملها مع معطيات الحياة الجديدة، وهي في حاجة دائمة لأن تزداد مفرداتها كما وتتنوع موضوعاتها لتشمل معطيات العلوم، والفنون، والآداب، ومجمل جوانب الحياة في العالم وفي البيئة المحلية.

ولهذا تعد لغة الإعلام أكثر المستويات اللغوية مسايرة لمظاهر الحياة العامة حيث يرتضي الإعلاميون إدخال ما يراه المحافظون دخيلا مقحما من الألفاظ، كما انهم يجدون لزاما أن يلاحقوا التطورات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والفكرية الحديثة، ومن هذه التطورات ما يعتبر

محاور أساسية لاهتمامات وسائل الإعلام، حيث أن مفردات الفكر والحياة الإنسانية تميل إلى التزايد المتواصل، وأن حقائق العصر تفرز باستمرار مقتضيات فكرية جديدة، وبالتالي فهي تفرض مفردات وتراكيب لغوية تصورها أو تعبر عنها.

ومن هنا كانت لغة الإعلام مستوى لغويا حديثا متجددا في مدلولاته، ولما كان كل مستوى لغوي ينمُّ عن مستوى ثقافي وحضاري لذا فإن تحليل لغة الإعلام يقود إلى مؤشرات عن حدود الحداثة والتجديد ليس في اللغة وحدها، بل في الحياة الاجتماعية ومظاهرها العملية والفنية والفكرية.

وعلى هذا فإن هناك ضرورات ثقافية وحضارة ولغوية تستدعى العمل على معجمة لغة الإعلام بحيث يتواصل استيعاب المفردات اللغوية، وما يجري على أقلام الإعلاميين من كلمات وتعابير ويلاقى في الوقت نفسه، قبول اللغويين بعد إخضاعه لمعايير الصواب اللغوي، خاصة وان الكثير من المفردات والتراكيب اللغوية الحديثة هي من وضع الإعلاميين.

ويشير أحد أعضاء مجمع اللغة العربية إلى "أن آلاف الألفاظ والتراكيب التي لا نعرف لها واضعا ولا صانعا والتي أصبحت من صميم اللغة العربية وثروتها الواسعة التي لا نعرف حدا لها هي من عمل رجال الصحافة وابتكارهم أما بالترجمة من اللغات الأجنبية، واما باستعمال المجاز والاستعارة توسعاً في دلالات الكلمات، واما بالوضع الموحي الذي يجيء عفو الخاطر ويكون مطابقا للقواعد واحكام اللغة من اشتقاق وتعريب وغيرهما.[(8)]

وبوجه عام فإن تطور لغة الإعلام يتطلب إثراءً للمفردات، على أساس أن المستجدات في المجال الواقعي والمعنوي والعاطفي تتطلب تسميات جديدة: أي مفردات لغوية يحمل وجودها في هذه اللغة أو تلك مشاركة مستخدميها بشيء من خصائص العصر، لذا يعد نوع وحجم المعجم مؤشرا على تلك المشاركة.

كمـا أن تطـور لغـة الإعـلام يـتطلب تقليـصا في القـواعد الـنحوية مـع الحفـاظ علـى الأسـلوب قـوة، وجمـالا، ووضـوحا.. وهـذا مـا تقتـضيه لغـة الإعلام.

٣ – إنماء الثروة اللغوية

تقتضي مسايرة اللغة لمتطلبات الحياة باستمرار نمو وتطور الفاظها وتراكيها، مع التمكن من استخدامها في الاتصال بكفاءة، واستثمار قدرتها في الاشتقاق والنحت والزيادة والاقتراض تمكيناً لها من التعبير عن دلالات وإيحاءات اكبر وأدق.

ويجد الإعلاميون انهم لم ينتفعوا، بقدر كاف من ظواهر لغوية في العربية، كظاهرة الترادف - مثلاً - فمع إن اغلب المترادفات تحمل دلالات وإيحاءات فيها قدر من التباين ضمن معنى عام، الا أنه يشيع في لغة الإعلام استخدام الكلمة الواحدة للإشارة إلى المعنى العام دون مراعاة لضرورات التنوع في الكلمات والنص يعد من مطالب الوضوح والجمال والدقة.

ويجد الإعلاميون أنفسهم يستخدمون لفظا واحدا أو ألفاظا محدودة للإحساس الواحدة أو الموقف الواحد برغم وجود قدر من الاختلاف في الإحساس أو الموقف والذي يوجب استخدام لفظ آخر مرادف.

ولهذا يتكرر – أحيانا - ورود كلمات بعينها في هذه المادة الإعلامية او تلك إلى الدرجة التي يلفت فيها ذلك التواتر نظر القارئ أو السامع.

وتكرار بعض الكلمات وتجاهل قدرة الترادف، عن دون قصد، أو ميل إلى السرعة والسهولة عند اعداد الأصول قد يبرز في لغة الإعلام صفة العمومية على حساب الدقة.

ومن جانب آخر، فإن وضوح هذه الظاهرة في لغة الإعلام لا يتسق وسعة الأنشطة والتجارب والفعاليات والأحاسيس الإنسانية، ومجمل المعاني الأخرى التي يتعامل معها الإعلاميون باستمرار.

كما أن هذه الظاهرة لا تتسق مع ما تتصف به العربية من سعة التعبير وكثرة المفردات وتنوع الدلالات... والقاعدة، في فقه اللغات بوجه عام أن الكلمة الواحدة تعطي من المعاني والدلالات بقدر ما يتاح لها من الاستعمالات، لأن كثرة الاستعمال لا بد ان تخلق كلمات جديدة تلبى بها متطلبات الحياة والاحياء [9]خاصة وان مستخدمي اللغة الأوائل لم تكن خواطرهم تزدحم بالصور الكثيرة التي تزدحم بها خواطر الناس اليوم، لأن أحاسيسهم وأذهانهم لم تكن مرت بتجارب كالتي تمر بنا اليوم، لذا كانت اللفظة تشع في أذهانهم صورة واحدة أو عدة صور مقيدة بمدى تجاربهم في عالم الحس والخيال.[10]

وعلى هذا فإن مشتقات جديدة يترتب أن يسهم اللغويون في توليدها باستمرار من العربية لتعبر عن مناحي الحياة والحضارة، وأن يزداد الاشتقاق والنحت.

وكان الشاعر، والصحفي معروف الرصافي قد كتب منذ نحو سبعين سنة يشير إلى "أن الأولين من أسلافنا كانوا يجرون لتنمية لغتهم وتجديدها في طريقين :أحدهما، الاشتقاق، والثاني، التعريب، غير أننا قطعنا على أنفسنا هذين الطريقين وسوّدناهما ظلما وعدوانا في وجه من أراد أن يسلكهما اليوم". كما يقول:

.." والعربية بقواعدها المحكمة، وتصاريفها المتناسقة، المطردة جديرة بان تعد من أطول اللغات باعا، وابعدها للمعاني انتجاعا، وأكثرها للألفاظ توليدا وانتزاعا، وهي مع ذلك فيها من القابلية للتجدد والاتساع

ما ليس في غيرها من لغات البشر، وانما هو عجز أهلها وجمودالناطقين بها.[11]"..

وعلى هذا، وإزاء هذه الظواهر في لغة الإعلام يترتب أن يسهم اللغويون في إثراء اللغة بالألفاظ المعبرة، وتوفير فرص أكبر لشيوع استعمالها وإكسابها إيحاءها ودلالتها الدقيقة.

٤ – تحديد معايير مرنة للصواب والخطأ

يحرص الإعلاميون على أن تكون لغتهم سليمة ودقيقة ومعبرة وجميلة.. إلا أنهم يجدون، في الوقت نفسه تيارا قويا يتابع حركة أقلامهم وألسنتهم حيث يحاول بعض اللغويين اتهام لغة الإعلام بانها مليئة بالأخطاء.

وهذا الاتهام لم يكن وليد الواقع الحاضر حسب، إذ يبدو انه اتضح بشكل بارز منذ بدء ظهور الصحافة في الوطن العربي وخروج الأسلوب اللغوي فيها عن بعض ما هو مألوف في التركيب اللغوي، حيث انبرى بعض اللغويين لملاحقة الصحفيين في لغتهم، وتبيان الأغلاط فيها .

وكان اللغوي الشيخ إبراهيم اليازجي من بين الذين عنوا بالإشارة إلى أغلاط الكاتبين منذ مطلع لقرن العشرين، حيث يشار إلى أنه "أنشأ ، إذ استوطن في مصر عام ١٨٩٤ مجلة البيان، ثم اخرج بعدها مجلة الضياء عام ١٨٩٨ ، وكان في ما دبجت يراعته، وأجرى به قلمة بحوث متتالية ، تحت عنوان: لغة الجرائد ، مما جرت به أقلام كتابها في زمانه، من أغلاط ومروق عن الوجه اللغوي أو الصرفي والنحوي الصحيح، فضم أشتاتها في أغصان، وشواردها في أفنان، مشيرا إلى صحابها ، آخذا بيد من يعشو في ضوئها ويهتدي بهديها إلى ابلج المناهج وأوضح المسالك.[12]"

وكانت الصحف قد استقبلت منذ وقت مبكر تصحيحات اللغويين، وأفردت لها زوايا خاصة وقد وجد بعض الصحفيين منذ البدايات الأولى في تلك التصحيحات ما يشكل مواجهة للغة الإعلام من خلال الصحافة ، ومنهم من دافع عن المستوى اللغوي الجديد ، ورمى بعض اللغويين بانهم يستوحون أفكارهم من نظرات قدامى لا يعرفون التجديد والابتكار والتطوير.

ويجد الإعلاميون ان بعض اللغويين ممن يتابعون ما يطلقون عليه: الأغلاط في لغة الإعلام، يغالون في إطلاق الاحكام ويتجاهلون ان هناك كثيرا من الاتجاهات حول مسألة الخطأ والصواب في اللغة ، منها ما يعنى أولا ببنيان الحقائق اللغوية والكشف عنها دون فرضها ، مع ايلاء أهمية

للاستعمال الواقعي له، إلى جانب اتجاهات أخرى تقف على النقيض وترى في عدد من القواعد معايير نموذجية يترتب الأخذ بها والعمل بمقتضاها، باعتبارها – حسب وجهة نظر تلك الاتجاهات، وحدها، حكما وفيصلا في هذه القضية.

كما أن هناك من يتجاهل ان مقاييس للصواب والخطأ في اللغة قد حار الناس في تحديدها منذ القديم، والسر في تلك الحيرة عدم وجود مقياس يصلح للحكم في كل آونة وحين، إذ ان عنصر الزمان وعوامل التطور – وهي حتمية - تجعل الحدود الصالحة للحكم في فترة زمنية معينة إلى حدود غير ذات جدوى ونفع في فترة زمنية أخرى، وربما يساعد عل صعوبة الحكم على بعض الظواهر الاجتماعية، أحيانا، ان أفكار الناس ووجهات نظرهم في الحياة قد تتحول هي الأخرى وتتخذ لنفسها خطاً جديداً من السلوك يتلاءم مع ما يجرى في بيئتهم وما يشيع في أوساطهم.[13]

ويذهب بعض الإعلاميين إلى القول أن أبرز ما ينبغي الاهتمام به هو أداء اللغة للوظيفة الاتصالية والاجتماعية والنفسية، وان أي إخلال بهذه الوظيفة هو ابتعاد باللغة عن الصواب حتى لو كانت الصحة اللغوية المجردة قائمة.

وبصرف النظر عن حدود التباين في نظرة فئات اللغويين، أو حدود التباين بين مجمل اللغويين وبين الإعلاميين فإن معايير الخطأ والصواب في لغة الإعلام لم تتحدد بعد، وستظل هذه القضية موضع أخذ ورد لن تهدأ الا بالوصول إلى تحديد دقيق مقبول لمعايير الخطأ والصواب.

٥ – التقليل من التشويش واللبس

منذ النصف الثاني من الخمسينات أوضحت دراسات اتصالية ميدانية عديدة أن نسبة سوء فهم الناس للرسائل الاتصالية التي هي أشكال لغوية، هي نسبة واسعة وهناك من يقول: أن سوء الفهم أكبر من الفهم الصحيح. إذ ان إدراك الناس للموضوعات لا يقوم على أساس موضوعي –

في الغالب - بل تلعب عوامل نفسية واجتماعية دورا مهما حتى ينتهي إليه الإدراك إلى فهم بشكل من الأشكال .[14]

والإنسان لا يواجه الواقع بشكل مباشر، وبدلا من أن يتعامل مع الأشياء نفسها فهو يضع أفكاراً للأشياء، ويغلف نفسه في أشكال لغوية، وصور فنية، ورموز أسطورية أو طقوس دينية والذي يزعج الإنسان ليس الأشياء، بل آراؤه وتخيلاته ومعتقداته المتصلة بهذه الأشياء، .. وعملية الاتصال الجماهيري ترتبط ارتباطا وثيقا بتعديل هذه الأفكار أو الصور الذهنية .[15]

وعلى هذا فإن الوسط الذي يحيا فيه الإنسان ليس ماديا حسب، بل هو، علاوة على ذلك، رمزي: قوامه اللغة أولا. ويستجيب الإنسان لهذا الوسط بصورة غير مباشرة إذ هو يمارس عملية أو أكثر من العمليات العقلية المعرفية قبل استجابته، ومن خلال اصطلاحه على النظام اللغوي يكون قد وضع نفسه بأشكال رمزية مختلفة يتعرف من خلالها على الأشياء والأفكار والمشاعر.

ولكن الإنسان لا يستجيب في عملية الاتصال للرموز كما هي، بل كما يدركها. وتدخل في عملية الإدراك، عوامل عديدة منها الخبرات السابقة، والحالة النفسية والاتجاهات والتوقعات، وما إلى ذلك.. واستنادا إلى ذلك يتكرر القول ان الكثير ممن يتعرضون لوسائل الاتصال الجماهيري يسيئون تفسير ما ينتهي إليهم من رسائل. ويتكرر القول: " ان المعاني في الناس وليس في الرسالة الاتصالية."

ومفردات اللغة وسياقها لا يعنيان الشيء نفسه باستمرار للأفراد المختلفين حيث يمكن للمفردة الواحدة ان تبدو للآخرين بمعان مختلفة، فضلا عن ان دلالات الكلمات تطرأ عليها بعض التغييرات بسبب عوامل تاريخية واجتماعية ونفسية، حيث ان تفسير الكلمات والجمل ذات علاقة بحضارة المجتمع وثقافته، أي بأسلوب حياته، إذ تحمل بعض المفردات مشاعر اجتماعية وترتبط بمواقف وعقائد وتقاليد ومعايير..

وهـذا يعـني ان لمفـردات اللغـة دلالات فيها قـدر مـن التـباين، ويـرجع هذا التـباين في إدراك المعانـي إلى عـوامل مـتعددة، ومـن هـذه العـوامل مـا هـي نفسية، ومنها ما هـي اجتماعية، ومنها ما هـي ثقافية، وحضارية. فضلا عن عوامل تاريخية باعتبار المفردات ليست من وضعنا، إذ أننا كأفراد لم نشارك في وضعها، بل جاءت إلينا عبر الدهور، وتمت الإضافة إليها اجتماعيا. مما يشكل عاملا آخر من العوامل التي تجعل الكثير من الألفاظ غامضة بالنسبة إلينا، أو هي ذات دلالة عامة، أو نجد بعضاً منها غير دقيق، أو غير محدد، وخاصة في أسماء المعاني.

ويطلق في علم الاتصال بالجماهير على جملة التحريفات التي تطرأ على المعانـي المـنقولة عـبر وسـائل الاتـصال والـتي لم يكـن المـصدر الاتـصالي يستهدف حصولها بالتشويش الدلالي.Semantic noise

ويتنبه الإعلاميون، انه للتقليل من التشويش، يتوجب ان يبذلوا جهودا في انـتقاء الألفـاظ وبـناء الجمـل والعـبارات، ولكـن مـع هـذا تظـل هـذه المـشكلة قائمـة علـى نطـاق واسـع لعـوامل تـتعلق باللغـة مـن جهـة وبطبـيعة الجمهور من جهة أخرى، اذ هـي عوامل لا يستطيع الإعلاميون التحكم فيها .

وعلى هذا ينبه خبراء الاتصال إلى وجوب انتباه الإعلاميين إلى ذلك، والتقليل، ما أمكن من أي سوء في التعبير، أو في الفهم.. وفي هذا يقول أحـد أسـاتذة الإلقـاء في حديـثه عـن تـصوير الفكـرة مـن خـلال اللغـة المسرحية: ان الكاتب المسرحي يجب ان يكون على بينة دائما من ان الفكرة التي يصورها تصويرا في منتهى الجودة، قد يكون من الصعب التعبير عنها باللغة المكتوبة.. ومن ثم كان واجبا عليه ان يزيل كل ما يستطيع إزالته من اللبس والاضطراب والإبهام، سواء تمت هذه الإزالة عن طريق التقليل من كلمات معينة، أو النص على مواقف التردد، أو الشرح بين أقواس، أو الانفعال المطلوب، حينما يقوم الممثل بإلقاء أحد فقرات الحوار.[16]

ويضاعف من مشكلة التشويش الدلالي تسلط الكلمات على التفكير، أو خلو اللغة من الأفكار.. مما يلغي الرابطة بين اللغة وبين الفكر، وفي هذا يشير أحد المفكرين إلى ذلك:

" أننا حين نربط الفكر باللغة، فلسنا نقصد أن كل نطق بألفاظ من اللغة، يكون فكرا. إذ أن من النطق ما هو هراء وتخليط كتخليط المجانين، فلا بد من شروط ينبغي ان تتوافر في المنطوق ليكون ذا علاقة بما نسميه فكرا.. لقد كان أول ما افتتح به ابن جني حديثه في الجزء الأول من كتابه "الخصائص" هو ان يفرق بن القول وبين "الكلام" بحيث يجعل "القول" ما تتحرك به الشفتان، واما "الكلام" فلا يكون الا إذا اكتمل اللفظ حتى بات مستقلا بنفسه، مفيدا لمعناه، فلئن كان كل كلام قولا فليس كل قول كلاماً.[17]"

ومن جانب آخر فإن هناك خطراً آخر ينجم عن عادة التفكير بواسطة الصور الذهنية للكلمات..فالكلمات قد تتسلط على تفكيرنا وتصبح المعاني ثانوية لها، وبذلك تستعمل الكلمات من غير إدراك صحيح للمعنى، أو ظناً ان هناك فهما لمعناها.[18]

ويبدو أن هذه الظواهر قد تنبه الناس إليها منذ وقت طويل، حيث يذكر التاريخ كلمة لكونفوشيوس حكيم الصين قالها حين سُئل عن العلاج بعد ان ساءت الأمور واضطربت الأحوال فقال بلا تردد:

" وضع الألفاظ في مواضعها: فحين لا توضع الألفاظ في مواضعها، تضطرب الأذهان وحين تضطرب الأذهان تفسد المعاملات، وحين تفسد المعاملات لا تدرس الموسيقى ولا تؤدي الشعائر الدينية، وحين لا تدرس الموسيقى ولا تؤدي الشعائر الدينية لا يدري الشعب على أي قدمين يرقص، ولا ماذا يفعل بأصابعه العشر."

وعلى أية حال، فمع ان الإعلاميين يتقصون باستمرار عن كل ما يزيل اللبس ويقلل من الخطأ في فهم الناس لما يضعون من رسائل اتصالية، فإنهم يجدون أن اللغويين لم يسهموا بنصيب معهم في هذا المجال.. كما يرون أن اشتغالهم في معزل عن اللغويين لا يحقق الهدف المبتغى.

٦ – مواجهة الغلو في استخدام العامية

كان للصحافة الدور الأول في بلورة لغة الإعلام، وقد حرصت على استخدام مستوى لغوي فصيح، الا أن وسائل الإعلام الأخرى، وخاصة السينما والتلفزيون والإذاعة قد جنحت الى حد كبير عن استخدام الفصيح بحيث عدت مغالية في استخدام اللهجات العامية، وكذا اتضح ذلك في المسرح وفي بعض قنوات الاتصال المواجهي الأخرى.

وقد أصبحت اللهجة المصرية – بسبب سعة انتشار الوسائل والقنوات الإعلامية المصرية على الساحة العربية - مفهومة إلى مدى واسع من الجمهور العربي بمختلف مستوياته الثقافية والاجتماعية. إزاء ذلك يمكن للمرء أن يفترض إنه لو كانت وسائل الإعلام المصرية كالإذاعة والتلفزيون والسينما قد استخدمت، منذ بدء نشأتها، اللغة العربية الفصيحة لقاد ذلك إلى انعطافة كبرى باللغة العربية ولأمكن لها أن تستجيب لتطورات واسعة ولأصبحت ميسورة وقريبة من المجتمع العربي، ولما أصبحت عصيه على الفهم والنطق، ولما أصبحت الفجوة هائلة بينها وبين الدارج، كما هو الحال اليوم، و لكان بالوسع الوصول إلى لغة عربية فصيحة سهلة مستوعبة لخصائص العصر ومتطلباته، ولكان ذلك مدعاة لنهضة كبرى في العربية الفصحى، بما في ذلك لغة التراث أيضا.

وسيادة اللغة الدارجة في أكبر وسائل الاتصال انتشارا يشكّل ثغرة واسعة في "لغة الأعلام" حيث ان هذا المستوى اللغوي، باعتباره فصيحا يكاد أن يتضح في الصحف والكتب وفي أنواع محددة من البرامج الإذاعية والتلفزيونية فقط، بينما تبدو الغلبة للعامية في غيرها من القنوات

وعلى هذا، فإنه في الوقت الذي نقول فيه بوجود "لغة الإعلام"، فإن هناك لهجات لها وجودها في الإعلام أيضا، وهذه اللهجات متنوعة وكبيرة العدد، ويصل بينها التباين حدودا واسعة في البقاع العربية، وينجم عن هذا الوضع اللغوي في الوطن العربي مشكلات لغوية واجتماعية وإعلامية خاصة وان اللهجات الدارجة ضيقة في آفاقها الفكرية، لذا فإن مواجهة هذه اللهجات والدعوة إلى الفصحى الميسرة لا يقتصر على كونه مطلبا

للسياسيين والاجتماعيين وحدهم بل هو مطلب للغويين والإعلاميين معا ، لما ينطوي عليه استخدام الدارجة من ازدواجيات لغوية تقود إلى ازدواجيات في التفكير، وتباين في فهم الدلالات.

هذا مع العلم ان المجتمع العربي ظل طيلة مراحل الاحتلال الطويلة ضعيف الصلة بلغته الفصحى المكتوبة والتي تعد خزانة تاريخه وثقافته وتراثه العقلي، حيث فرضت ظروف الاحتلال عزل المجتمع عن مصادرة المعرفة وزيادة عزلته الاتصالية عن مجرى التطور..

ومن جانب آخر، "فالنخبة" العربية التي أتيح لها في هذا المدى الزمني التاريخي الطويل، ان تظل على صلة بالفصحى العربية، المكتوبة، أتيح لها ان تخرج من نطاق الأمية والجهل.. لكنها لم تستطع ان تستفيد من طاقات الفصحى – وهي ذات طاقات عظيمة - للتقريب بينها وبين الحياة الإنسانية اليومية التي يحياها المجتمع لكي يتأثر بها ويستجيب لما يولد فيها ويستجد ويتطور، مع ان قوة الفصحى وطاقاتها الكامنة في أساليبها التعبيرية، وفي البناء الأساسي لمفرداتها، انما اكتسبتها من كونها عاشت قرونا وأجيالا طوالا تساير الحياة العربية في مختلف أطوارها وعهودها وانقلاباتها الاجتماعية والسياسية[19]، ...

وهناك تعليلات كثيرة لشيوع العامية، منها ما يذكره أحد المفكرين اعتمادا على رأي لجاك بيرك في كتابه عن ""العرب""، والذي يشير فيه إلى ان اللغة العربية كما نراها في التراث الأدبي، وكما لا تزال تستخدم عند كثيرين ممن يظنون أنهم يكتبون ادبا – توشك الا تنتمي إل دنيا الناس، فلا تكاد ترى علاقة بينها وبين مجرى الحياة العملية، ولذلك لم يجد المتكلمون بالعربية مفرا لهم من ان يخلقوا إلى جانب الفصحى لهجمات عامية يباشرون بها شؤون حياتهم اليومية، وقد يقال هنا :أليست لغة الصحافة –مثلا - من الفصحى وهي تعالج شؤون الحياة العملية من سياسة واقتصاد واحداث، وما إلى ذلك؟ فيكون الجواب : ان هذه الفصحى قد اقتربت من العامية لتنجح، وليست هي من قبيل الفصحى التي نراها في التراث الأدبي.[20]

وعلى هذا، وبصرف النظر عن مجمل تأويلات زيادة حجم العامية في لغة الإعلام العربية فإن الغلو في العامية يعد إحدى مشكلات العربية ويتطلب الأمر التصدي لها ليس من قبل اللغويين وحدهم بل من الإعلاميين والاجتماعيين والسياسيين، ولكن يظل على اللغويين عبء لا بد لهم من حمله باقتدار.

٧ – تذليل العقبات أمام استخدام الحاسوب

تتضح التكنولوجيا في جملة النظم والقواعد التطبيقية وأساليب لعمل المنظمة والدقيقة الناتجة عن تطبيق نتائج العلم والبحث العلمي. وتعد التكنولوجيا، على أساس ذلك، معرفة منظمة وأسلوب تعامل لها آلياتها في علاقتها بالآلة.

وقد اتضح دخول التكنولوجيا في تطوير أساليب أداء عمليات الإنتاج، بما في ذلك: الإنتاج الإعلامي.. بل ان أجهزة الإعلام تعد من بين أولى المجالات التي انتفعت من التطور التكنولوجي بشكل واسع.

وقد تعرضت اللغة، بفضل التطورات التكنولوجية، لتأثيرات متعددة بحيث تطلب ذلك تطويعا في اللغة وملاءمة من تلك التغيرات..

وقد طوعت أمم كثيرة لغاتها لاستيعاب معطيات الحياة الجديدة كاليابان والصين وروسيا ..[21]

وقد توجب استخدام اللغة عبر أدوات آلية متعددة مثل وسائل الإعلام بقصد نقل الرسائل الاتصالية إلى جمهور واسع، علاوة على استخدام أدوات أخرى بقصد احداث تغييرات صوتية أو لونية أو ضوئية أو إصدار صيغ لفظية يقتضيها الإبلاغ والفعالية التمثيلية أو الحوارية أو التجسيد الفني، للمعنى أو الوضوح أو الجمال أو الإثارة العاطفية.

ونجم عن التطور التكنولوجي أيضا، استخدام أساليب جديدة في التعامل مع المعلومات بما في ذلك حفظها واسترجاعها عبر أشكال لغوية، فضلاً عن ظهور تكنولوجيات أخرى كالترجمة الآلية واستخدام الحاسب الإلكتروني في مجالات آلية وفنية أخرى كالإخراج الصحفي والإذاعي والتلفزيون والمسرحي.

وتعامل الحاسب الإلكتروني باللغة ليس عملية آلية مبسطة، لذا ما تزال هناك مشكلات كثيرة في هذا المجال حول انتفاع العربية من تطور المعلوماتية ..فمثلا "لنجاح الترجمة الآلية يتوجب وجود نظرة لغوية متكاملة تستطيع ان تفسر بشكل كامل جميع التراكيب والمعاني في كل من اللغتين اللتين يراد الترجمة من أحداهما إلى الأخرى.[(22)]"

ويشير الباحثون في المعلوماتية إلى أوجه القصور في عناية اللغويين العرب بتطورات استخدام الحاسب الإلكتروني في المجالات اللغوية، بما في ذلك "التأخر في وضع القياس الموحد للحروف العربية، وحركتها، الذي قاد إلى تأخر العديد من البحوث والدراسات والتطبيقات ذات العلاقة باللغة، ومن ضمنها التطبيقات الخاصة بالالسنيات وتوثيق المعلومات واسترجاعها... ما يزال متخلفا [(23)]..."في وقت يتأكد فيه القول: أن لا حياة لتقنية المعلومات في البلدان العربية دون تكييفها إلى اللغة العربية، والعكس صحيح، إذ لا حياة للغة العربية، إذا أهملنا تكييفها لتقنية المعلومات.[(24)]

وتنطلق كثير من الأمم في وضع الخطط القومية لاعداد مجتمعاتها لعصر المعلومات: اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا.. وتعبر قضية تطويع تقنيات الحاسب للمتطلبات المختلفة للغات القومية أحد المحاور الرئيسية لعملية الاعداد المذكورة ان لم تكن أهمها على الإطلاق. ومن أسباب ذلك ان تضخم المعلومات وتعقدها يتطلبان سرعة ودقة في تجميعها وتحليلها ومعالجتها وتوزيعها واسترجاعها، حيث عجزت الوسائل البشرية للفهرسة والاستخلاص والتحليل عن ملاحقة هذا الكم الهائل من المعلومات التي تنهال من مصادر عديدة ومتباينة، وتمثل المعطيات المصاغة لغويا القسم الأكبر من فيض المعلومات، لذا فإن عملية السيطرة عليها لا بد ان ترتكز في جوهرها على أسس لغوية متينة.. وتدرج معظم المجتمعات العربية ضمن تلك "الجائعة معلوماتيا "على أساس حاجتها الماسة لاستغلال مورد المعلومات كأحد المقومات الأساسية للعملية التنموية، وهذا يبرز أهمية قضيتي اللغة العربية والحاسب.[(25)]

وجدير بالذكر أن تقنيات الحاسب والمعلومات كانت قد اتخذت لتتوافق مع مطالب استخدام اللغات اللاتينية بصفة عامة، واللغة الإنكليزية بصفة خاصة، وما تزال التطورات تأخذ في الاعتبار، أولا، طبيعة تلك اللغات... وهذا يشكل قيودا على المعالجة الآلية لمعظم اللغات، حيث تزداد حدة هذه القيود كلما اتسع نطاق التباين اللغوي بينها وبين لغة الأساس، أي الإنكليزية بالذات، وتمثل اللغة العربية واللغة الإنكليزية – من وجهة نظر الحواسبية - طرفي نقيض، وهو الأمر الذي أدى بدوره إلى ظهور كثير من العقبات الفنية في تعريب الحاسبات وجعل من اللغة حاجزا أخر يضاف إلى جملة حواجز أخرى تفصل بين المستخدم العربي، وهذا الوافد الذي نشأ في بيئة لغوية مغايرة، بل مناقضة [26]..

إن مجمل هذة التغيرات الواسعة تستدعى التحول بمنظور تطور اللغة على وفق ما لها من آفاق خاصة وان ارتباط الحواسيب الشخصية في العالم في شبكات عملاقة، قد زاد من أهمية تطويع اللغة العربية للتطورات المعلوماتية ويتوقع ان يتضاعف عدد مستخدمي شبكة الانترنيت – مثلا - بصوره متزايدة، إذ فرضت الانترنيت نفسها كمصدر أساس وسريع للمعلومات في جميع أنحاء العالم، وهي تقدم خدمات واسعة منها: البريد الإلكتروني والمكالمات الهاتفية والوصول إلى مصادر المعلومات المختلفة فضلاً عن الحصول على الاخبار.

وهكذا يتضح أن ما يريده الإعلاميون من اللغويين العرب يمثل مهمات بالغة الأهمية.. فهل ستضع الأقسام العلمية ومراكز البحوث والباحثون هذا الأمر في الحساب؟

هوامش

(1) روجر م. بسفيلد (الابن) فن الكاتب المسرحي، ترجمة دريني خشبة، القاهرة، مكتبة نهضة مصر، ص٢٦٤.

(2) كامل يوسف، فن الكلام، مجلة الفن الإذاعي، السنة ٣، العدد ٩، أكتوبر، ١٩٥٨، ص٧.

(3) د. إبراهيم أنيس، اللغة بين القومية والعالمية، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٠، ص٢٣٣.

(4) انظر: كمال بشر، الكلمة المذاعة، مجلة الفن الإذاعي، السنة ١٠، العدد ٣٦، يوليو، ١٩٦٦، ص٥ -٧.

(5) د. إبراهيم مدكور، تصدير الطبعة الأولى من المعجم الوسيط، ص٧.

(6) المرجع السابق.

(7) د. داود حلمي السيد، المعجم الإنجليزي بين الماضي والحاضر، جامعة الكويت، ١٩٧٨، ص٢٠.

(8) عبد الله كنون، الصحافة وتجديد اللغة، القاهرة، مجمع اللغة العربية، عن: د. محمد سيد محمد، الإعلام واللغة، القاهرة، عالم الكتب، 1989.

(9) صبحي الصالح، دراسات في فقه اللغة، ط٤، بيروت، دار العلم للملايين، ١٩٧٠، ص٢٩٢، ٢٩٣.

(10) سيد قطب، النقد والفن، مجلة الكاتب المصري، المجلد ٣، العدد ١٠، يوليو، ١٩٤٦، ص ٢٣٩.

(11) معروف الرصافي، الآلة والأداة وما يتبعها من الملابس والمرافق والهيئات، تحقيق عبد الحميد الرشودي، بغداد، دارالرشيد، ١٩٨٠، ص٦ -٨.

(12) أحمد أبو الخضر منسي، حول الغلط والفصيح على ألسنة الكتاب، القاهرة، مكتبة دار العروبة، ص١.

(13) د. كمال بشر، فكرة الخطأ والصواب في اللغة، مجلة الفن الإذاعي، السنة ١٤، أكتوبر، ١٩٧٠، ص٥٣.

(14) د. هادي نعمان الهيتي، الاتصال والتغير الثقافي، بغداد، وزارة الإعلام، ١٩٧٨، ص١٢.

(15) د. إبراهيم امام، الإعلام والاتصال بالجماهير، ط٢، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٥، ص٢٠.

(16) روجر م. بسفيلد، مرجع سابق، ص٢٦٥.

(17) د. زكي نجيب محمود، تجديد الفكر العربي، القاهرة، دار الشروق، ١٩٧١، ص٢١٥.

(18) د. عبد العزيز عبد المجيد، اللغة العربية: أصولها النفسية وطرق تدريها، القاهرة، دار المعارف، ١٩٥٢، ص٤٢، ٤٣.

(19) د. حسين مروة، قضايا أدبية، بيروت، دار الفكر العربي، 1956 ، ص٤٤.

(20) د. زكي نجيب ممود، تجديد الفكر العربي، مرجع سابق، ص٢١٦، ٢١٧.

(21) كارم السيد غنيم، اللغة العربية والنهضة العلمية المنشودة في عالمنا الإسلامي، عالم الفكر، المجلد ٩، العدد ٤، ١٩٨٩، ص٦١، ٦٢.

(22) د. نايف خرما، احتواء على الدراسات اللغوية المعاصرة، سلسلة عالم المعرفة، ١٩٧٨، ص٦٧ (المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب -الكويت)

(23) د. عبد الله الديوجي، مفاهيم أساسية حول تقنية المعلومات، عالم الفكر، العدد ٣، ١٩٨٧، ص٣٠.

(24) المرجع السابق، ص٥٣.

(25) د. نبيل علي، اللغة العربية والحاسوب، عالم الفكر، العدد ٣، ١٩٨٧، ص٥٩ -٦١.

(26) المرجع السابق، ص٥٩ -٦٢.

الدراسة الرابعة

الظواهر اللغوية الحديثة في الخطاب الإعلامي العربي

اتضحت بعض الخصائص في لغة تداول العرب واتصالهم بالآخرين وفي تعبيرهم عن الذات: تراثا وفكرا وثقافة، حيث ان ذلك الكيان اللغوي المتداول هو عدة وحصيلة العمليات الاتصالية التي تستعين بوسائل الاتصال المعروفة، والعمليات التي تتحقق وجها لوجه، مما يمكن ان يطلق عليه الخطاب الإعلامي العربي، إذ أن الإعلام هو ممارسة خطابية متميزة لها شروطها المعرفية وضوابطها العملية بما يميزها عن الخطابات الإنسانية الأخرى.

والخطاب هو فعالية نصية منشئة للمضامين وصانعة لأشكالها ومغيرة لأحوالها... وفقه الفلسفة يفرق بين مستوى الخطاب ومستوى السلوك حتى يختبر أحدهما بمعايير الآخر، فيصوبه أو يخطئه. والفلسفات الخطابية هي جملة الاتجاهات الفلسفية المعاصرة التي استغلت بالنظر في الخطابات الإنسانية.

والخطاب الإعلامي له عقلانية مثلما له فكرانية، وله شمولية مثلما له خصوصية، وله معنوية مثلما له استقلالية.. وإذا كان هذا يشمل كل الخطابات الإعلامية، في كل مكان وزمان، فإن للخطاب الإعلامي العربي سمات تميزه عن الخطابات الإعلامية الأخرى، وتعد اللغة وما تتميز به من ظواهر واحدة من العوامل الأساسية التي تميز هذا الخطاب الإعلامي عن ذاك. وعلى أساس ذلك يمكن مقارنة الخطابات الإعلامية المختلفة عبر الأزمنة والأمكنة.(1)

والخطاب الإعلامي هو حصيلة الطرق والأساليب اللغوية في التعبير عن الذات والإفصاح عن القضايا وإبراز وتجسيد المعاني والمعلومات، إذ هو حصيلة التعبير والتصوير المستمر عن ذات أو قضية بما يقود إلى تكوين فكري في مجال بعينه.

وعلى هذا فالخطاب الإعلامي هو كيان وأسلوب للنشاط الاتصالي الذي يتخذه الفرد أو الجماعة أو المجتمع. وهو، أيضا الحصيلة الفكرية التي ينتهي إليها ذلك السلوك. وهذا يعني أن الخطاب الإعلامي يتضمن سلوكا وأسلوبا ومضمونا.

ومن هنا يمكن القول، أيضا:

أ - أن المكون السلوكي من الخطاب الإعلامي هو سلوك لغوي، لأن الإعلام لا يعتمد الا اللغة (بجانبيها اللفظي وغير اللفظي) في صياغة رسائله الاتصالية.

ب - أن المكون الفكري للخطاب الإعلامي هو كيان لغوي لأن من الممكن النظر إلى اللغة باعتبارها وعاء للفكر.

وهنا تقتضي الإشارة إلى عدد من الملاحظات حول الخطاب الإعلامي العربي تمهيدا لتحديد الظواهر اللغوية فيه:

أ - يشغل "الموضوع السياسي" حيزا واسعا بين موضوعات الخطاب الإعلامي العربي، وإن هذا الحيز كان –على مدى نصف القرن الماضي - على حساب ما تشغله الموضوعات الأخرى، ومن بين تلك الموضوعات السياسية ما استقرت على اتجاهاتها، ومنها ما انعطفت انعطافا انقلابيا.

ولم يتحقق الالتفات بقدر كاف، إلى أن قضايا الحاضر العربي ليست سياسية وليست عسكرية بقدر ما هي، أولا، وقبل كل شيء، قضايا ثقافية وحضارية.

ب - ينشغل الخطاب الإعلامي بقضايا يومية، ويغيب المستقبل- إلى حد ما - عن أفقه.. كما ينشغل بحالات فردية دون إيلاء اهتمام كاف بالظواهر.

ج - بسبب تركز الخطاب الإعلامي العربي في الموضوع السياسي ظل شديد الحذر في تعامله مع الموضوعات والأحداث والأشخاص كما ظل أسير النظرة الحكومية إلى حد كبير، بل هو ظل في كثير من مجالاته، في حدود الدعاية دون أن يصل شأواً مرموقاً في التجسيد الفني والأدبي

للمعاني والمعلومات والأحداث. فلم ينجز فلم عن قضية الحرية مثلا يوازي في مستواه الأدبي أو الفني مستوى أضعف فلم عن تهريب الحشيش أو سلوك باغية.

ويشير أحد أساتذة العربية في دراسة له عن وظيفة اللغة إلى" أن اللغة، في وقتنا الحاضر أصبحت سلعة للتصدير نبيع بها الأفكار ونشتري بها الأصدقاء.[2]"

ولم يكن الأسلوب الدعائي، وحده قد اتضح في الخطاب الإعلامي العربي بل كان الهدف الدعائي حافزاً أساسياً له، في كثير من الأحيان، على أساس أن الدعاية تستعين بالاستمالة العقلية والعاطفية أسلوبا، وبالعمل على كسب الآخر وحفزه على سلوك معين هدفا.

د - مع أن الخطاب الإعلامي العربي قد ركز على الموضوع السياسي، إلا أنه لم يستوعب – بقدر كاف - العبرة من التاريخ السياسي المعاصر، إلا في حدود، ولم يحسب حسابا لقوة المتغيرات السياسية، وبالتالي لم يستطع أن يفهمها أو يتحكم أو يتنبأ بها على وفق ما يوفره العلم الإنساني في هذه المجالات من معطيات عند الرجوع إلى التحليل العلمي.

هـ - فهم الخطاب الإعلامي العربي السياسة في أفقها الضيق التي تقتصر على التعامل مع السلطة دون أن يتسع ذلك الفهم إلى "السياسات" التي تشمل كل عمليات التخطيط والتنفيذ واتخاذ القرار.

منظور التناول :

أن عملية التقصي عن الظواهر اللغوية في الخطاب الإعلامي العربي تتطلب أن يتحدد مسبقا المنظور نحو اللغة، حيث كانت بعض الاتجاهات، في النظر إلى اللغة قد وضعت العراقيل أمام فهم اللغة وأمام نموها وتطورها، كما أن منها ما عجز عن التعامل علميا مع ظواهر اللغة مما لم ينته إلى نتائج موضوعية بقدر ما انتهى إلى زيادة في ردود أفعال عاطفية وزيادة في العناد الاجتماعي.

وعلى هذا ، فإن منظور تناول الظواهر اللغوية في الخطاب الإعلامي في هذه الدراسة تضع في الاعتبار المفاهيم والمنطلقات التالية:

أ - تمثل "الظاهرة" جملة متغيرات ترتبط معاً ضمن نسق من العلاقات، والظاهرة اللغوية كظاهرة إنسانية وحدة تتكرر بحدود ، دون أن يكون لها ، بالضرورة التكرار والدوام معا كما هو الحال في الظاهرة الطبيعية والتي تتمثل في التغيرات التي تطرأ على المادة.

ب - إن اللغة هي نظام من الرموز الاصطلاحية ، ويتألف ذلك النظام من أجزاء تحكم العلاقات المتبادلة بينها أساس وقواعد ، وتؤدي اللغة وظيفة تعبيرية واتصالية.

جـ - إن اللغة هي سلوك بشري يرتبط بمجمل العمليات العقلية المعرفية كالإدراك والتذكر والتصور والتخيل والتفكير، وتؤلف اللغة إحدى المقومات المهمة في التفاعل الاجتماعي.. وهي نشاط عقلي يحول الأفكار إلى أشكال رمزية ، ويحول الأشكال الرمزية إلى أفكار.

د - للغة إسهامها في تكوين معتقدات الأفراد واتجاهاتهم نحو الأشياء والموضوعات والأشخاص والمواقف، ولهذه فإن لها تأثيراتها في شخصية الفرد ، وفي الشخصية الاجتماعية ، وفي الثقافة.

هـ - إن اللغة تعبر عن العالم ، وعن البيئة ، لذا فإن الناس لا يعيشون في عالم الأشياء من حولهم بل في عالم الرموز التي تؤلف كيان اللغة.

طريقة التناول :

يقوم تشخيص الظواهر اللغوية في الخطاب الإعلامي العربي، في هذه الدراسة ، على الملاحظة ، وما يتم استنباطه منها ، لذا يمكن القول: إن تحديد الظواهر اللغوية قد تحقق نتيجة الاستبصار بالرؤية الانغماسية التي تعني أن ينتفع الباحث من الوقائع في مجال عمله ويلاحظها ويحدد ما يميزها ، إذ تهيأ للباحث العمل الطويل في الإعلام العربي، وفي عمليات البحث العلمي فيه... ويحفل تاريخ العلم بحصائل كثيرة كانت نتيجة الملاحظة المنظمة للعاملين في الميدان.

الظواهر اللغوية :

ونعرض فيما يلي الظواهر اللغوية في الخطاب الإعلامي العربي في المحاور التالية:

١ - ليونة العربية بمقدار :

يعيش الإنسان اليوم عصر الثورة اللغوية، ذلك أن الانعطاف الواسع في أجهزة الاتصال ووسائله، والتطور في أساليبه، والانفجار المعرفي الهائل استوجب تشكل أوعية لتكوين أشكال لغوية لقضايا السياسة والأدب والفن والعلوم وشؤون الحياة الأخرى، واستلزمت متطلبات العصر عمليات تناقل لتلك الأنواع وخزن واسترجاع وتجديد وتطويع، الامر الذي يعني أن عملية التعامل باللغة تشهد تزايداً وتنوعاً وتجويداً، خاصة وإن الإنسان يجد اللغة طيعة ميسورة تمتلك من القدرات ما يؤهلها لتحقيق وظائف التعبير والتصوير والاتصال والمشاركة الاجتماعية بكفاءة تتناسب طرديا مع تطور فنون الاتصال وحصائل ثورة المعلومات ومجالات الانفجار المعرفي، فضلا عن أن المجتمع يمكن أن يأتي بجمل وعبارات وأساليب لغوية جديدة، وأن يعبر عن نفسه بطرق متميزة. كما أن اللغة في حد ذاتها، تعد عامل تغيير اجتماعي.

وكان الدكتور طه حسين قد أشار ذات مرة أن العربية لن تتطور ما لم يتطور أصحابها أنفسهم، ولن تكون لغة حية إلا إذا حرص أصحابها على الحياة، ولن تكون لغة قادرة على الوفاء باحتياجات العصر الا إذا ارتفع أصحابها إلى مستوى العصر ثقافة وسلوكاً وفهماً وإسهاماً وأخذاً وعطاء.

وللغة – على حد رأي تشومسكي - قدرة على الخلق أو الابتكار إذ يتهيأ للإنسان أن يركب من الأصوات المفردة مئات الألوف من المفردات، بل أن يركب من مفردات اللغة المختلفة عددا لا يحصى من الجمل وأشباهها مما لم يسمع به من قبل، وذلك حسب الموقف والظروف التي تتطلب الكلام، كما أن باستطاعته أن يفهم عدداً لا حصر له من تلك

الجمل وأشباهها عندما يسمعها، وهو يفعل ذلك ملتزما بقواعد صوتية وصرفية ونحوية ودلالية معقدة للغاية، تصبح جاهزة لديه.

وقد أبدت العربية مرونة واضحة منذ بدء النهضة إزاء التعامل مع بعض حركات التجديد في اللغة العربية، لكن الحاجة تدعو إلى إثراء أكبر بالكلمات والمصطلحات والأساليب الجديدة التي توافق العصر ومستحدثاته، وتوافق التغيرات الواسعة في الفكر، حيث أنه لا نهضة للفكر إلا بنهضة للغة.

ومنذ بدء بروز عصر النهضة العربية كان قد طرح تساؤل نفسه بإلحاح حول ما ينبغي للعرب أن يجددوا في لغتهم أو يضيفوا، وقد تكشفت اليوم، مستلزمات ومجالات إثراء العربية، إذ أن العصر بمعطياته العلمية والتطبيقية والسياسية والاجتماعية يفصح بجلاء أن العربية تتطلب إثراءً واسعا، والا عجزت عن أداء وظيفتها في أداء الخطاب العربي، في عصر سريع التغير.

ومع أن دعوة قد ظهرت تقول تبريرا للقياس والاشتقاق "إن ما قيس على كلام العرب فهو منه" الا أن ذلك كان يواجه أحيانا باتجاه آخر، وكأن كلمة أبن فارس المعروفة تعيد نفسها "ليس لنا اليوم أن نخترع، ولا أن نقول غير ما قالوا، ولا أن نقيس قياسا لم يقيسوه."

والتطور الذي تكررت الدعوة لإحداثه، يراد به "التغيير، أي الانتقال من حالة إلى حالة أي حدوث تغيير في الظواهر اللغوية يجعلها مختلفة عن مرحلة لغوية سابقة، ويصيب كل قطاعات اللغة: أصواتها وصرفها ونحوها ومعجمها" حيث أن معاني مفردات لا تكاد تستقر على حال لأنها تتبع الظروف والأحوال المتغيرة التي يمر بها الفرد والمجتمع[3]"، وأمام العلماء والأدباء واللغويين العرب أعباء ثقال مستمرة، فهم مطالبون دائما أن ينتجوا، وأن يعدلوا، وأن ينقحوا، وأن يهذبوا وييسروا، وأن يبتكروا ويجددوا، وإن يملأوا اللغة حياة وقوة وحركة."[4]

وقد تعامل النشاط المجمعي اللغوي بكثير من التماهل بقضايا الأخذ بمتطلبات العصر، ولم يكن ذلك غريبا، حيث كانت المجامع، منذ

نشأتها، ميالة إلى المحافظة أكثر من ميلها إلى التجديد، برغم أنها لا تستطيع ان تقف بوجه حركة التغيير، لكنها تقتنع دائما بمقدار، وتقلب الأمر على الوجه والقفا.

ومع هذا فإن التطورات اللغوية ليست وليدة المجامع بل هي وليدة المجتمع، إذ هو الذي يغير فيها ويساير.. وإلا لما كانت اللغة العربية المعاصرة امتدادا للعربية قبل قرون، "..فلغة اليوم ليست الا نوعا من الاستمرار للغة الامس، أو انها صورة من صورها: صورة احتفظت بمجموع الخواص الأساسية للغة الأصل، ولكنها انفردت عنها وتميزت منها بخواص أخرى جديدة."[5]

وإذا كانت اللغة العربية قد استجابت للتطور في مجال الإنتاج الادبي، فإن التطور لم يبلغ الا مستوى واطئا في المجالات العلمية والتقنية وعلى مستوى المصطلح في جميع مجالات العلوم والتطبيقات العملية.

ومع هذا فإن هناك تحفظات كثيرة، وتحذيرات، ودعوات خائفة من التطورات النسبية في اللغة العربية،.. وهذه كلها تتجاهل مطاليب العصر والمواقف والإيقاعات الجديدة وما يتطلبه ذلك من وجوب الارتفاع بإيقاع اللغة إلى إيقاع الحداثة وإنجاز التطويع في بنية اللغة ومفرداتها وفي أساليبها... وأن أي توان في هذا يبدد كل تقدم.

ويشير أحد عشاق العربية بالقول ".. لعل لغة من اللغات لم يسء إليها أصحابها كما أسأنا نحن إل لغتنا العربي، وتحت شعار كثيف من دعاوى الغيرة والحرص والحفاظ، اتخذ بعض منا موقفا متعصبا بالغ الجمود والتحجر من محاولة وضع لغتنا الجميلة في إطارها وموضعها الصحيح من قضايا العصر... وبداية الخطأ في هذا الموقف المتعنت تكمن في إصرار هذا البعض على النظر إلى لغتنا –على امتداد تاريخها الطويل حتى اليوم - باعتبارها نسقاً واحداً لم يتغير ولم يتطور."..

ومع أن العصر الحديث شهد تأكيداً: ان اللغة ملك لمستخدميها ولهم أن يتصرفوا فيها بقدر ما تقضي الحاجة، وهي ظاهرة اجتماعية تخضع للتغيير والتطور، الا أن هناك قوى لم تستوعب بعد معنى التطور اللغوي،

وهـي تقـف الـيوم في مـواجهة الـتيارات الجديـدة دون تمحـيص أو تـرو، حيث تقف العواطف في الصدارة في إصدار الأحكام.

ومـع هـذا كلـه فـإن ظاهـرة ليونة اللغـة العـربية أمـام الـتطورات هـي ظاهـرة متحققة، ولـكن هـذه الليونة محدودة، ويتوجب أن تتسع.

٢ – اختلال الدلالات

يحمـل الخطـاب الإعلامـي العربـي المعانـي والـدلالات عبر النظام اللغوي، ولـكـن الـنظام الإعلامـي لا يولـي الاهـتمام الـكـافي لـنوع وحجـم مـا يتحقق مـن تـأثيرات، إذ هـو مـيال إلى إطـلاق مقـولاته الـسياسية، بـصورة خاصـة، دون أن تـرافقها عمليات تقـص موضـوعي عـن ردود الأفعـال العاجلـة أو الآجلة، وهو ميال إلى التعامل مع الكم الإعلامي أولا .

وهـناك دراسـات ونـتائج نظـرية حـول مـا يحـصل للـدلالات والمعانـي مـن تغـيرات بـسبب التـشويش في دلالات الألفـاظ وبـسبب العـوامل الوسـيطة والعـوامل الانتقائية .[6]وتظهـر هـذه العـوامل في مختلف أنمـاط الاتصال وفي المجتمعات عامـة. وتعمـل مـصادر الاتصال على تقليل ما تحدثه هذه العوامل من تغييرات في مضمون الخطاب الإعلامي.

وإلى جانـب هـذه العـوامل يمكـن الوقـوف علـى عـدد مـن الظواهـر الـتي يمكـن أن نجدهـا في الخطـاب الإعلامـي العربـي وفي الخطابـات الإعـلامية الأخـرى، بـدرجات مختلفة، وهـي جميعا تـرتبط باسـتخدامات اللغـة، ممـا يمكـن اعتـبارها ظواهـر لغـوية يمكـن لهـا الظهـور والتواتـر في الخطـاب الإعلامي العربي، ومن أبرزهـا:

أ - تجسيم الكلمة

تعني ظاهـرة تجـسيم الـكلمـة Reification تسليم الجمـاعـة الاجتمـاعـية بوجـود شـيء أو فعـل في حالـة وجـود كلمة ترمز إليه، وفي حالة غياب تلك الـكلمـة يتعذر –أحيانا - تصور وجود ذلك الشيء أو الفعل، ومن هنا جاء القـول بـأن للـكلمـات سـحرا علـى أسـاس أن الـكلمـة رمز يسبب حركـة أو فعـلا مـا، وإن الـنـاس لا يلحظـون قـوة الـكلمـة وتـثيرها لأنهـم اعـتادوا علـى ذلك..

وهناك من يستعين بالكلمات لاحداث تأثيرات في الآخرين، وخاصة الكلمات المشحونة بالانفعال والتي تؤثر فيمن يسمعه تاثيرا يكاد أن يوحى بأن مجرد ذكر الكلمة يعني استحضار الشيء الذي ترمز إليه، وخاصة إذا كان ذلك الشيء مخيفا أو خطرا.[7]

وتبدو في الخطاب الإعلامي العربي محاولات استخدام اللغة في التجسيم لاحداث تأثير أكبر اعتماداً على الإثارة وانتقاء بعض الكلمات والتعابير المستمدة من التاريخ او من مفردات الثقافة أو من التراث الشعبي.. ومن التجسيم ما هو مقصود، ومنه ما جرت العادة على تكراره.

ويعد التجسيم استغلالا لعناصر بيئية بالأساس، حيث أن الوسط الذي يحيا فيه الإنسان ليس ماديا حسب، بل هو، علاوة على ذلك، رمزي قوامه اللغة أولا، ويستجيب الإنسان لهذا الوسط بصورة غير مباشرة وهو من خلال اصطلاحه على النظام اللغوي يحيط نفسه بأشكال رمزية مختلفة يتعرف من خلالها على الأشياء والأفكار والمشاعر ويمارس العمليات العقلية في أفقها.. ولكن الإنسان لا يستجيب في عملية الاتصال لدلالات الرموز كما هي بل كما يدركها. وتدخل في عملية الإدراك عوامل متعددة منها الخبرات والحالات النفسية والاتجاهات والتوقعات، وما إليها.

وإذا كانت الحواس هي التي تستقبل رموز اللغة، فإن الحواس هي مداخل للمعرفة، ولكن من الرموز ما ليس في حيز إحساس الحواس، حيث تتطور الرموز وتصبح أكبر من أن تستوعبها الحواس، أي تصبح، عند ذلك، عناصر ثقافية مثل العلاقات والطقوس والأساطير.. والتي يمكن أن ينظر إليها على أنها رموز أيضا.. والإنسان لا يتعامل مع الواقع مباشرة بل يكون صورا ذهنية رمزية أسطورية وتوهمية أو ثقافية ويحيط بها نفسه، وتفعل هذه الأبنية والصور فعلها في تعامله الإيجابي والسلبي مع المعاني الواصلة إليه.. وكثيرا ما يجعله يفهم تلك المعاني بغير معانيها.

وعلى هذا، فإذا صحت مقولة الدكتور علي زيعور حول العقل العربي، فإن من الممكن اعتبار هذا المنحى ظاهرة في الخطاب العربي عموما،

والتي يقول فيها "يبدو من التحليل أن العربي لم يستجب بسرعة كافية لنداءات تحديث عقليته والتخلي عن النظرة الأسطورية والنظرة الآنية للعالم، فالأساطير، والمزاعم والترهات تسود اليوم على حساب العقلية المنظمة، والقوانين الموضوعية، والفلسفة النقادة والفكر المناهجي[8]

ب - الغموض وغلبة اللفظ

إن الألفاظ التي نتعامل بها ليست من وضعنا إذ هي جاءت إلينا عبر الزمن، وتمت الإضافة إليها اجتماعياً، ويشكل هذا الأمر واحداً من العوامل التي تجعل الكثير من الألفاظ غامضة بالنسبة إلينا، أو هي ذات دلالة عامة، أو نجد بعضاً منها غير دقيق أو غير محدد في الأذهان، ويتضح هذا بشكل جلي في أسماء المعاني حيث تحمل اللفظة الواحدة صوراً متعددة أو حالات كثيرة ترتبط بالمعنى الواحد.

إن هناك فوضى مفاهيم، في الوطن العربي ويرجع ذلك إلى عوامل منها تخلف دراستنا للغة والعلم والحضارة.. وإذا كان سلوك الإنسان هو الذي يكوّن الفكر بمقدار ما يستوعب من الكلمة فإن تضليل الفرد العربي أمر سهل لأن مفهوم الكلام غير واضح في ذهنه منذ بدء مرحلة تعلمه.[9]

ويشير أحد رؤساء الوزارات في دولة عربية إلى أن "وسائل الإعلام السياسي لم تبتعد عن التهريج والتطبيل في الوطن العربي.[10]"

ويتحدث أحد الكتاب والأدباء العرب في تقرير صحفي فيشير إلى أنه كان وما يزال انفصال بين الكلمة والفعل وقد اتضح ذلك في الأدب العربي عندما انعكس ذلك على المجتمع العربي فأصبح قوالاً أكثر منه فعالاً، وأصبحت الكلمة بديلا للفعل.

ويشير إلى أن اللغة العربية غير محددة وإن الكلمة ليست بقدر الفعل، ومرادفات أي كلمة متعددة وكثيرة، علاوة على مرادفات من العامية لنفس الكلمة.

ويقول محاولا إثبات رأيه:

" إذا عقدنا مقارنة بين الأفلام الأجنبية والأفلام العربية، فسوف نجد أن الفلم الأجنبي كله فعل وعمل وتدبير يأتي الحوار عبارة عن جملة

قصيرة في لحظة مناسبة ومهمة للغاية، اما أفلامنا فهي عبارة عن كم هائل من الكلام.[11]"

وكان جون لوك قد أشار إلى أن الكلمات تثير الشك والغموض، ومعنى أغلبها غير مؤكد، بحيث أننا لو شغلنا أنفسنا بالكلمات وبقينا حول أسماء الأشياء فلن يكون غريبا أن تضل الكلمات السبيل، فالمستقبل قارئا أو سامعا، يعرف القليل عن أهمية معاني الكلمات وعن أهمية الارتباط الناشئ، عن تفسير كلمات الآخرين.[12]

وتعد سيطرة الألفاظ والشعارات وغلبتها على الواقعية وعلى الجوانب العملية واحدة من السلبيات السلوكية في المجتمع العربي.

ج - فقدان المعنى

مع أن مثلاً واحداً من المثل العليا لم يتحقق على الصورة نفسها التي كانت في مخيلة الناس عندما كانوا يفكرون فيه أولا [13]الا أن الأمر لم يقتصر على هذا وحده، بل إن من الكلمات ما فقد دلالته في نفوس الناس.

ويشير بيرنز في كتابه عن المثل السياسية بالقول ".. وحتى كلمة الحرية لم يعد فيها ما كانت تفيض به من حيوية دافقة الا انها جاءت على لسان رجل أخذه الحماس ولم تسلبه السياسة عاطفته. لقد أضحت كلمة الحرية في أكثر ما يلقى من الخطب العامة كلمة عادية بالية يتحتم على الخطيب أن يذكرها، وقد تلقى من الناس احتراما تقليديا، غير أن رنينها في أكثر الأحوال لا يعدو أن يكون كرنين الطبل الأجوف - لقد أصبحت الحرية كلمة يلوكها كل إنسان، وما دامت كذلك فإن أحداً لا يقصد بها شيئا محددا.. هناك كلمات ابتكرها الناس للتعبير عن اختلافهم مع غيرهم في الرأي، فإذا ما أصبحت هذه الكلمات لا تلقى كراهية من أحد فقل أن عصرها الذهبي قد ولى لأن الكلمة التي لا تجد من يضمر لها كرها فإنها أيضا لا تجد من يكنّ لها حبا قويا.[14]

وكاتب من عندنا يقول:

"الكلمات من القاموس السياسي" للغة هي أكثر عرضة للتلف، ذلك أنها كثيرا ما تكون عرضة للاستخدام الخاطئ المتعمد من رجال السياسة أو الكتابة أو للاستخدام في مجرد تخدير الرأي العام، فتفقد أعز الكلمات معناها، أو بمعنى أصح تفقد وقعها على النفس، وهي القيمة الأساسية للكلمة، ومن أمثلة ذلك الوحدة أو الثورة، أو الديمقراطية.. كلمات - كبيرة لكن بعضها لحقه الإجهاد من كثرة الاستعمال اللغوي وانعدام الاستعمال الفعلي.. وكلمات مثل الموضوعية والواقعية والعقلانية فقدت سمعتها تحت وطأة الإرهاب الفكري الهائل... إرهاب فكري ساد فترة من الزمن خلاصته: أن من لا يتبع الرأي – السائد - إعلاميا فهو جبان! وإن المطلوب من الكتاب هو ترديد الشعارات دون محاولة الذهاب إلى أبعد من ذلك خشية – بلبلة الجماهير - وكأن الجماهير في مرحلة طفولة، ولا بد من شغلها عما حولها بالزعيق والصراخ.. وفي هذا الجو، فانه لا بد أن تداس بالأقدام كلمات مثل الموضوعية، والواقعية، والعقلانية.[15]

ويزداد في خطابنا الإعلامي أعداد الكلمات التي تفقد معناها، من تلك الكلمات ما يعبر عن مفاهيم وأفكار ناضجة وتجارب إنسانية عميقة ومواقف قومية ووطنية فريدة، وعلى هذا فإن فقد الكلمات الدالة عليها يعنى فقداً لتلك المفاهيم والتجارب والمواقف.

د - التعميمات والتسميات

تشيع في لغة الخطاب الإعلامي رموز لغوية صغيرة بديلة عن مفهومات فكرية أو سياسية واسعة، دون أن تكون الرموز اللغوية مفسرة أو معللة للمواقف بل هي اقرب إلى أن تكون إجابات مسكته عن تساؤلات سياسية حذرة أو معقدة، وهذه الرموز شائعة بالأساس في الاتصال السياسي الدولي في بعض المواقف فيما يطلق عليه التعميمات البراقة، أو تكرارا لتعابير أو مصطلحات فيما يطلق عليه : التسميات ، وهذه التعميمات والتسميات توهم مستخدميها أنهم يفهمون الموقف أو يفسرونه، في الوقت الذي يشكل استخدامها تضليلا أو إيهاما للذات، ويحتمل أن

يؤدي شيوع التعميمات والتسميات إلى إسقاط بعض المقولات والمفاهيم السياسية والاجتماعية.[16]

وفي الخطاب الإعلامي العربي كثير من التعميمات والتسميات خاصة وأن الفكر العربي يعاني من مشكلات متعددة، بما في ذلك عدم تحديد خطوط واضحة لحاضره ومستقبله، "أصبح ذلك الفكر –في معظمه - فكرا يعتمد على العبارات المنمقة والتخريجات اللفظية والكلمات البراقة والشعارات...[17]"

ويشير أحد أساتذة العربية إلى أنه في "حقل السياسة الخارجية ابتدع عالمنا المعاصر ما يمكن أن نسميه دبلوماسية الخطب والبيانات والتصريحات، ويعمل الساسة بواسطة اللغة على الإفصاح حينا والإلباس حينا آخر، وتصبح اللغة، في بعض صورها أداة لإخفاء الأفكار لا لإظهارها... وفي حقل الإعلام تتجه اللغة أساس، إلى تحسين موقفنا، وتسفيه موقف الخصم، ونحن نعمل جاهدين على اختيار الصيغ اللغوية التي تؤدي إلى هاتين الغايتين في مختلف صور التعبير، ومن وظائف اللغة هنا أن تعمد إلى ابتكار الاستعمالات الجديدة للكلمات ذات المعنى الشائع كما حدث في تعبيرات شتى.[18]

ويدخل في هذا المجال ما يثيره أحد أساتذة علم النفس حين يشير إلى أن من السلبيات في المجتمع العربي أن الحياة الفكرية تتحرك عادة في إطار تقليدي، وتسير على منهج افتراض صحة قضايا مسلم بصحتها ولا يجوز المساس بها، فنجد الحوار ينتهي أحيانا بإطلاق بيت من الشعر أو إطلاق عبارة لها رنين أو عبارة مشجعة أو عبارة تقال لمجرد ان فلاناً أطلقها منذ عشرات السنين .[19]

٣ – اللفظية

تتردد في الخطاب الإعلامي العربي كلمات وتعابير دون أن تؤدي وظيفتها في نقل المعاني بصورة واضحة، حيث يتواتر ترديد تلك الألفاظ بدون فهم دقيق لمعانيها.. وتشكل هذه الظاهرة اضطرابا لغويا وفكريا، إذ تسيطر الألفاظ والشعارات على السلوك على حساب الواقعية والجوانب

العملية، ويسبب ذلك ارباكا في السلوك الاجتماعي ويحول دون إنجاز اللغة لوظيفتها في تكوين نسيج الحياة الاجتماعية، حيث يصبح الترديد الأجوف بديلا عن القيم السلوكية. ويطلق على هذه الظاهرة:

اللفظية Verbalism أو الببغاوية Verbosity

ويمكن تبين شيء من داء اللفظية في ثقافتنا العربية إلى حد ذهب البعض متطرفا إلى القول ان ثقافتنا تشكو من الإسهال اللفظي.. فهناك الكثيرون منا يرددون ألفاظا رنانة مجرد ترديد، ويجدون في الإجابات اللفظية الجاهزة ردودا شافية عن كثير من المواقف والمشكلات التي يتطلب الأمر، في واقع الحال، واعمال العقل، بل صار الحديث –لدى الكثيرين - عن المسائل "الصعبة" أمرا" سهلا.[20]"

ويذهب كثيرون إلى أن هناك خطرا ينجم عن التفكير بواسطة الصور الذهنية للكلمات، حيث تتسلط الكلمات على التفكير وتصبح المعاني ثانوية، وبذلك تستعمل الألفاظ من غير إدراك صحيح لمعناها أو ظننا أننا نفهم معناها.[21]

واللفظية تحمل خلطاً بين اللغة والفكر وإخلالا بالعلاقة بينهما، ولهذا قيل ان بين الفكر واللغة رابطة، ليس القصد منها أن كل نطق بألفاظ من اللغة يكون فكرا إذ أن من النطق ما هو هراء وتخليط.[22]

ويمكن أن يدخل في نطاق اللفظية أكثر من سلوك لغوي، بما في ذلك اللغو Over Communication أو إثارة الحماس والاهتياج والمبالغات أو الإفراط في التعبير عن طريق الكلام والحركات الجسمية.. ويتلاءم اللغو، بصورة خاصة، مع المسايرة الاجتماعية، حينما ينطلق الناس في الحوار الجماعي دون أن يشعروا بأية حاجة إلى التقويم أو النقد، حيث يعد اللغو تجسيدا للمسايرة، أي شكلا من أشكال "عدم الحوار "مما يعمل على تعطيل الإبداع من خلال أنماط جامدة في التعامل والمسايرة أكثر من مجرد سلوك تقليدي، فهي تفترض موقفا ذهنيا يتهرب من المواجهة المباشرة ومن معالجة المشكلات من جذورها موقف يفتش عن الحلول في تسويات موقتة.[23]

وقد أشارت استراتيجية تطوير التربية العربية في معرض تناولها للعناصر الرئيسة للمنهجية التي تدعو إلى اعتمادها لتقرير محتوى التربية وطرائقها وأساليبها إلى "أن التعليم الذي كثيرا ما يتميز باللفظية فيعول على ظاهر الألفاظ أكثر مما يعول على دلالاتها، ويقف عندها متفرقة دون المفاهيم والمبادئ والنظريات التي تنتظمها ، على ان هذه لا تكفي، بل يجب أن تتم متابعة متضمناتها في عمل مؤثر، وتكون لها وظيفة في تطوير الواقع، وتجديد الحياة.[24]

ويشير أحد أساتذة التاريخ إلى أن اللغة العربية عرفت القوالب الجامدة واللفظية بعد القرون الثلاثة أو الأربعة الأولى[25]، وإن عصور الانحطاط اللغوي تشهد الاهتمام باللفظ أكثر من الاهتمام بالمعنى.

وكان قد تكرر ورود الرأي القائل بان لغتنا العربية على مدار العصور السابقة – وفي رأي علماء البلاغة والبيان - هي لغة أناقة وزخرف ومبالغة وتهويل. ومن هنا كان النغم والوزن والموسيقية والرنين من عناصرها الرئيسية وصفاتها الملتصقة بها، وقد قادت هذه النظرة إلى فكرة ثابتة هي عناية اللغة العربية باللفظ أكثر من المعنى وبموسيقى الكلام لا بمضمونه. وكان من نتائج الاهتمام الشديد بالموسيقى والأوزان لدى شعرائنا القدماء ان انعدم رباط القصيد، وأصبحت الوحدة العضوية شيئا مفتقدا داخل القصيدة العربية القديمة، بل ان هذا الاهتمام الشديد بالموسيقى أدى إلى التضحية بالفروق بين الدلالات في الألفاظ، ومن هنا كثرت المترادفات في العربية، وأصبحت هذه الترادفات إحدى المشكلات التي يواجهها المترجمون حين ينقلون من العربية إلى لغة أجنبية، ويصدمهم ما في الكلمات من عمومية وزخرف وبريق.[26]

٤ – تغييب أسلوب الإقناع

يتضمن الخطاب، أي خطاب مراتب للحوارية، يحلو للفلسفة أن تقسمها إلى الحوار، والمحاورة، والتحاور.. ويوصف التداول اللغوي بالنطقية، والاجتماعية والاقناعية والاعتقادية، على أساس أن المحاور لا يكون ناطقا حقيقيا الا إذا تكلم لسانا طبيعيا معينا، والا إذا توجه إل غيره

مطلعا إياه على ما يعتقد وما يعرف ومطالبا إليه بمشاركة اعتقاداته ومعارفه، وعلى أساس أن لا تكتسي تلك المطالبة صفة الإكراه ولا تدرج على منهج القمع، وعلى أساس أن كل محاور يعتقد القضايا والآراء التي يعرضها على الآخر.(27)

ويتطلب الخطاب الإعلامي صيغا في التداول اللغوي يحمل المضمون السياسي إلى الآخر. ومن الواضح أن صيغا لهذا التداول لم تتبلور في الخطاب العربي في أعراف ومبادئ وقواعد مستقرة خلال القرن الحالي، وحتى ان كان قد تبلور منها الكثير، فإن الدقة كصفة وضرورة، لم تحتل الموقع الواسع، وان إدارة الخطاب لم تصل إلى مستوى فن إدارة الناس، أو على الأقل لم يكتسب الخطاب العربي لغة دبلوماسية في تداول لغوي تتضح فيه الألفاظ والتعابير الناعمة بالقدر الكافي.

وقد أكسبت تقاليد السياسة والعمل الدبلوماسي اللغة الكثير من الخصائص في تعبيرها عن المواقف والمعاني والأساليب السياسية. لذا توفرت مصطلحات تشير إلى لغة السياسة ولغة الدبلوماسية.

ومن بين ما تواضعت عليه اللغة السياسية ما شاع على الأسلوب السياسي من سلوك ظاهر مثل المرونة، ومحاولة تحقيق حلول وسطى، والتخلص من التعصب والتصلب، والاستعداد للتنازل عما هو ثانوي، وتقريب وجهات النظر حسماً للمنازعات.

ومن الواضح أن بلدان العالم النامية عموما لم تستقر على أيديولوجيات سياسية محددة، ولم يتضح لها نمط سياسي أو دبلوماسي متفرد، وهي بوجه عام حذرة، إزاء إطلاق الحرية للنقاش حول الأساسيات.

وفي الوطن العربي يتضح في الخطاب الإعلامي جوانب خلل فيما يتعلق بآداب اللغة المستخدمة، حيث أن "السلوك الذي يرتبط بقبول الآخر" ما يزال يفتقد إلى الكثير من الأدبيات على مستوى الكلمة والعبارة والفكرة.. ولهذا فإن مقتضيات الخطاب الديمقراطي ما تزال دون الثراء المطلوب.. وحتى القدر الذي توفر على مستوى الذخيرة اللغوية في هذا الصدد ظل في حدود اللغة دون ان يصل إلى مستوى عملي حيث كثيرا –

ما تسلل إلى حوارات الأطراف والقوى لغة التهجم والمزايدات والتشكيك وإطلاق التهم والتعابير النابية والادعاءات والتهديدات والشتائم والتجريح في حدة الغضب دون التزام كاف بآداب النقاش السياسي التي يقتضيها الخطاب الإعلامي.

وبوجه عام، فإن الأسلوب الديمقراطي لم يتضح في حوار الأطراف، وفي الخطاب الإعلامي ومرد ذلك عوامل نفسية واجتماعية، منها الفشل في تقدير وجهات نظر الآخر وسوء فهمه. وعلى هذا أمكن القول انه إذا كانت خبراتنا تعتمد على ما تمتلك من رموز، فإن حجم ما تمتلك في مجال قبول الآخر، وفي مجال الديمقراطية يظل أقل مما ينبغي وكان أكثر من ميثاق لشرف الكلمة قد أقره الصحفيون والإذاعيون والمراسلون والكتاب والأدباء حول قدسية الإعلام ووجوب أن لا يخضع للانتهازية والابتزاز والتشهير والوشاية والاستغلال الشخصي.. كما أن أكثر من ميثاق آخر قد وضعت له المسودات دون ان ينتهي إلى المصادقة.

٥ – التبرير والدفاعية :

تتضح في الخطاب الإعلامي العربي ظاهرة تكرر التعبير اللفظي الوصفي الذي يستهدف صوغ صورة راضية عن الذات: في الماضي والحاضر، على حساب التعبير النقدي للذات، وكأن تكرار هذا التعبير يأتي تبريراً لقضية أو دفاعا عن موقف ويظهر في أوليات ذلك انه يأتي إشباعا لرغبة، أو تخفيفا لتوتر أو دفاعا عن خصيصة ثقافية أو تاريخية.

ومع أن مثل هذه الظاهرة يمكن أن تتضح في مجتمعات مختلفة، إلا أن العوامل النفسية والاجتماعية والتاريخية الكامنة وراءها تختلف باختلاف المجتمعات، كما أن حجم هذه الظاهرة، هو الآخر، يتباين في المجتمعات المختلفة، وكان مختار احمد أمبو قد أشار إلى ان "مطرقة وسائل الإعلام الجماهيري كثيرا ما تستعمل لتمهيد أو تبرير اعمال لا تتضح شرعيتها."

والتبريرات كخاصية عقلية ونفسية استخدمت في أنشطة دعائية كثيرة، واستخدمت إلى جانبها آليات دفاعية أخرى، حيث تبدو ما يماثل

الآليات الدفاعية أو العقلية صيغ في التعبير وكأنها تحاول تبرئة الذات وإسقاط بعض ما هو غير مرغوب فيه على الآخر.

وتبرر إلى جانب ذلك، صيغ في الخطاب الإعلامي تنم عن عناد اجتماعي، حيث يتواتر تبرير الخطاب الإعلامي العربي لمواقف العناد الاجتماعي إزاء كثير من التطورات وهو يضيفها إلى رصيده وكأنها مواقف إيجابية.

هوامش

(1) د. طه عبد الرحمن، فقه الفلسفة: الفلسفة والترجمة، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ١٩٩٥، ص٣٩، ٤٠، ٧٤، ٧٥.

(2) د. تمام حسان، وظيفة اللغة في مجتمعنا، مجلة المجلة، العدد الخاص باللغة العربية ١٩٦٣، ص٤١.

(3) د. محمد حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٨، ص٤١، ٤٢.

(4) د. إبراهيم مدكور، في اللغة والأدب، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧١، ص٣٣.

(5) د. كمال بشر، مظاهر التطور في اللغة العربية المعاصرة، مجلة المجلة، العدد الخاص باللغة العربية ١٩٦٣، ص٤٢.

(6) د. صالح أبو اصبع، قضايا إعلامية، دبي، مؤسسة البيان، 1988 ، ص٢٣، ٢٤.

(7) د. نجيب إسكندر إباهيم، ود. لويس كامل مليكة، ود. رشدي فام منصور، الداسة العلمية للسلوك الاجتماعي، القاهرة، مؤسسة المطبوعات ، ص٢٣، 24.

(8) د. علي زيعور، التحليل النفسي للذات العربية: أنماطها السلوكية والأسطورية، بيروت، دار الطليعة، ١٩٧١، ص١٦٣.

(9) د. عبد الله الدنان في مناقشة الدكتور هشام شرابي حول المجتمع البطركي انظر: الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، الطفولة العربية ومعضلات المجتمع البطريكي ، الكتاب السنوي ١٩٨٥، ص٣٧.

(10) جريدة "الوحدة"، ١٩ أيار، ١٩٨١، ص١١.

(11) د. يوسف أدريس يتحدث عن الانفصام بين الكلمة والفعل، جريدة الوطن، ٣٠ آب ١٩٨١، ص١٠.

(12) دليل بيرنز، المثل السياسية، ترجمة لويس اسكندر، القاهرة، الإدارة العامة للثقافة، ص٢٥.

(13) المرجع السابق، ص٢٥.

(14) المرجع السابق، ص٢٥.

(15) أحمد بهاء الدين، كلمات فقدت سمعتها في لغتنا الجميلة، العربي، العدد ٢٤٨، ص٦، ٩.

(16) القنوات التلفزيونية الوافدة عبر سواتل الفضاء واحتمالات تأثيرها السياسي في الوطن العربي، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد ١، ١٩٩٦.

(17) كمال الدين رفعت، في مناقشته في ندوة الفكر العربي، مجلة: قضايا عربية، العدد ١١، آذار، ١٩٧٥، ص١٣، ١٤.

(18) د. تمام حسان، مرجع سابق، ص٤١.

(19) د. عبد العزيز القومي، سمات سلوكية منشورة للمجتمع المصري، تنمية المجتمع، السنة ٧ ، العدد ٢ ، ١٩٨٣، ص٥.

(20) ثقافة الأطفال، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، ١٩٨٨، ص١٤٩.

(21) د. عبد العزيز عبد المجيد، اللغة العربية: أصولها النفسية، وطرق تدريسها، القاهرة، دار المعارف، ص٤٢، ٤٣.

(22) د. زكي نجيب محمد، تجديد الفكر العربي، القاهرة، دار الشروق، ١٩٧١، ص٢١٥.

(23) د. هشام شرابي، العائلة والتطور الحضاري في المجتمع العربي، في: وقائع ندوة أزمة التطور الحضاري في الوطن العربي، الكويت، جامعة الكويت، ١٩٧٤، ص٤٢٤.

(24) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، استراتيجية تطور التربية العربية، ١٩٧٩، ص٢٦٧.

(25) د. شاكر مصطفى، الابعاد التاريخية لأزمة التطور الحضاري، في: وقائع ندوة أزمة التطور الحضاري في الوطن العربي، ص٦٢.

(26) فاروق شوشه ، لغتنا الجميلة ومشكلات المعاصرة، القاهرة، دار المعارف، ص١٩.

(27) د. طه عبد الرحمن، يف أصول الحوار وتجديد علم الكلام، الدار البيضاء، المؤسسة الحديثة للنشر والتوزيع، ١٩٨٧، ص٢٩، ٣٠.

الدراسة الخامسة

التلفزيون الدولي

وشيوع ثقافة الصورة في ثقافة الشباب العربي

تشكل الصورة مفردة من مفردات اللغة غير اللفظية، ويحمل التلفزيون اللغة بجانبيها اللفظي وغير اللفظي، إذ هو يستعين بالصورة المؤتلفة مع رموز أساسية أخرى في لغة الاتصال.

ومع أن التعرض للصورة ليس أمراً مستحدثاً الا أن ظروفاً جديدة تهيأت للصورة لأن تؤدي دوراً اتصالياً أكبر ليس بسبب اتساع نسبة تعرض الجمهور لها حسب، بل من حيث اتساع اهتمام الهيئات الاتصالية بها، إذ ان هذه الهيئات المتمثلة بمصادر الاتصال تجد نفسها بحاجة أكبر إلى ان تكون على مقربة من مجريات الحياة لتصور الوقائع والموضوعات والأشخاص تلبية لمطالب اتصالية كثيرا ما تتضح لدى الجمهور، لذا فإن هناك مباراة حامية بين الهيئات الاتصالية لتقديم الصور، ضمن الرسائل الاتصالية عبر الوسائل المختلفة إشباعاً لحاجات شتى ليس عبر الحاسب والسينما والتلفزيون فقط، بل من خلال الوسائط المطبوعة أيضاً.

يضاف إلى ذلك ان مستجدات أخرى قد بدأت منذ مطلع التسعينيات بفضل سواتل الفضاء، إذ وفرت لشبكة الاتصال الدولي قدرات واسعة على تجاوز الحدود السياسية والمعوقات الطبيعية والإجراءات الرقابية.

ومع أن هذه الدراسة تعنى بثقافة الشباب والصورة التلفزيونية، الا أنها تعرض موقف الصورة باعتبارها رمزاً من رموز اللغة في عمليات الاتصال، حيث ان الصورة أصبحت تحيط بحياة المجتمع وتحمل أفكاراً ومعاني منها ما هي معلومات عن الأشخاص والأشياء والموضوعات، ومنها ما يشكل تجسيداً فنياً للواقع.

ويتطلب التنظيم المنهجي لدراسة تأثيرات الصورة في ثقافة الشباب العربي الوقوف على ثقافة الشباب، والصورة، مفهوماً وتطوراً، تم تحديد العلاقة بين الصورة وبين تلك الثقافة.

أولاً: ثقافة الشباب :

يتأثر الشباب بثقافة المجتمع وما فيه من أنظمة اجتماعية وسياسية واقتصادية بما ذلك النظام الاتصالي، حيث ان اتصال الأفراد عبر وسائل الاتصال الوطنية والوافدة يلعب دوراً مهماً في ثقافتهم.

لكن وسائل الاتصال ليست مصدراً وحيداً لتكوين الثقافة، فهناك عوامل أخرى متعددة، غير ان في بعض البلدان النامية التي يفتقر فيها المجتمع إلى مراكز لصقل الثقافة، كالكتب وغيرها، يقع الثقل الأكبر فيها على الاتصال الجماهيري للقيام بمهمة تكوين الذوق الرفيع وإغناء الثقافة.[2]

ومع إنه يمكن النظر إلى مفهوم الشباب في حدود إطار العمر، الا إن هناك عوامل أساسية أخرى توضع في الاعتبار، في العادة باعتبارها مؤشرات لتحديد خصائص معينة في الشريحة الاجتماعية التي يطلق عليه : الشباب.[3]

وبسبب تفرد الشباب ببعض السمات النفسية والاجتماعية يمكن القول عن جملة العناصر في هذه المجالات على انها ثقافة الشباب، على أساس ان الثقافة هي كل مركب لمجمل التشكيلة من القيم والاتجاهات والمعلومات وطرق التعبير عن الافكار.

ولكن ثقافة الشباب ليست مجموعة لهذه المكونات بقدر ما هي تعامل بينها جميعاً بما يؤول إلى أنماط سلوكية، وعند ذاك تمسي ثقافة الشباب هنا طريقة حياتهم، كما ان كل عنصر من عناصر ثقافة الشباب يندرج في سلالم قيمية بحيث يكون لبعض القيم قوة كبيرة ولأخرى قوة أقل، وهكذا بالنسبة إلى سائر مكونات الثقافة مما يسمى بانتظام الثقافة.

وتختلف المجتمعات في حدود عمق ثقافتها ابتداءً من السطحية إلى الغزارة؛ أو من كونها هشة إلى كونها رفيعة. كما تختلف في أفق نظرتها: من التقليدية إلى الحداثة، وفيما تضم من عادات: من كونها عادات متواترة إلى كونها متجددة، وما تحمل من قيم: من كونها نافرة

عن إيقاع الحياة إلى كونها دافعة ومتجاوبة، وفي توجهها العام: من كونها متعصبة إلى كونها مرنة، وفي مواقفها إزاء الجديد: من كونها ميالة إلى المواجهة إلى كونها مواكبة، ومن حيث اتصالها: من كونها مستقبلة ومتلقية وسلبية إلى كونها بناءة ومشاركة وإيجابية، وفي حدود ايمانها بالحرية: من كونها ذات مضمون تسلطي إلى كونها تحررية، وفي نظرتها إلى الغير: من كونها متشائمة أو متطيرة أو متهورة إلى كونها متفائلة أو حكيمة أو مخططة، وفي الذوق العام: من كونها متجلدة إلى كونها مرهفة. وهكذا.

وتمد الثقافة العامة للمجتمع ثقافة الشباب بكثير من عناصرها وسماتها، مما يؤول إلى تشكيلة ثقافية خاصة.

وقد تعرضت تشكيلة ثقافة الشباب في الوطن العربي لآثار كانت بالأساس نتيجة عوامل تاريخية، وأخرى ناجمة عن الواقع، منها ما هي وليدة الاتصال بالغرب، ومنها ما هي وليدة عوامل اجتماعية واقتصادية وسياسية أخرى، إضافة إلى عوامل الاتصال الثقافي وما نجم عنه من تأثيرات مختلفة.

يضاف إلى ذلك ان ثقافة الشباب في عناصرها وبنيانها ليست ساكنة بل ديناميكية، وهي تؤثر في سلوك الشباب وتتأثر به.

وبرغم كبر الهزات التي تعرضت لها ثقافة الشباب فإن هناك اتجاهات متباينة إزاءها اليوم، حيث ان هناك من يريد لتوجهات ثقافة الشباب العربي ان تناسب الأوضاع القائمة وان تحافظ عليها، وهناك من يريد لها ان تساهم في تغييرها ..وضمن هذه الحدود المتعارضة تعمل أجهزة التنشئة الاجتماعية والسياسية وأجهزة الإعلام الوافدة لها توجهات أخرى مختلفة، وخاصة تلك التي تصل عبر سواتل الفضاء: وإذا ما ركزنا على الصورة الواصلة عبر تلك القنوات فأنها تتخذ حدوداً منها ما هي بعيدة كل البعد عن تلك التي يضعها المجتمع العربي للشباب.

ثانياً: الصورة في وسائل الاتصال

منذ أن ظهر في الحياة البشرية الاجتماع الإنساني لا بد ان يكون الاتصال؛ أي تناقل الأفكار، قد برز إلى الوجود، وأصبح إحدى الظواهر. وإذا كان الإنسان قد وصف بنعوت شتى، كالقول انه اجتماعي، أو سياسي، أو مدبر، فانه جرياً على ذلك يمكن ان ينعت بانه كائن اتصالي.

وكانت مرحلة الاتصال الشفهي هي مرحلة أولى في الحياة الإنسانية، ويبدو انها امتدت طويلاً حتى اختلط معها الاتصال الصوري عبر أشكال ترمز إلى المعاني والأشياء، وكان ذلك بداية الكتابة وهو عصر التدوين الذي يعد نقطة الخروج من عصور ما قبل التاريخ ودخول العصور التاريخية

وهناك آثار كثيرة تفصح عن الكتابات الأولى للإنسان كانت عبر الصور، وبذلك عُدَّت الكتابة التصويرية الخطوة الأولى في تطور جميع الكتابات. وكان من الممكن كتابة رسائل مطولة ومعقدة تماماً باستعمال الصور.[4]

ومع أنه لم يكن للإنسان في مراحل حياته الأولى نظام لغوي متكامل، الا انه كان يستعين بالإشارات والحركات والأصوات والصور، وكل عنصر من هذه العناصر يشكل وحدة لغوية في عملية الاتصال.

وعلى هذا فإن عملية الاتصال هي عملية ترامز، يستعين من خلالها الطرف المرسل بالرموز في التعبير عن المعاني في وقت يتولى المستقبل فك رموز الرسالة لكشف دلالتها. ومن هنا جاءت تسمية هذه العملية بالاتصال الرمزي.Symbolic-Communication

وتنطوي الرموز على ما يستخدم عمداً ليحل محل شيء أو معنى آخر دون ان يكون " بالضرورة" صلة بين الرمز وبين ما يحل محله، وتكون الرموز في العادة واضحة، اذ ينبغي ان تكون مرئية او مسموعة أو موضع إحساس انفعالي. وتعد الرموز وحدات أساسية لأنظمة الاتصال. ومن الرموز ما هو لفظي مثل كلمات اللغة، ومنها ما هو مطبوع مثل الكلمات

المطبوعة ومنها ما هو تمثيلي .[5]وعلى أساس ذلك فإن اللغة ذات جانبين أحدهما: لفظي ويطلق عليه اللغة اللفظية Verbal Language وثانيهما غير لفظي ويطلق عليه اللغة غير اللفظية .Non-Verbal Language ويتمثل الأول في اللغة المنطوقة والمكتوبة بينما يتمثل الثاني في الحركات والإشارات والصور والألوان والأضواء والظلال والإيماءات والعلامات.[6]

ومن هنا أمكن تعريف اللغة، بانها نظام من الرموز المرئية أو المسموعة، اللفظية وغير اللفظية، التي تستخدم في ترميز الرسائل الاتصالية الموجهة إلى الآخرين بقصد استحضار المعاني لديهم.[7]

وعلى هذا فإن الاتصال يستعين باللغة اللفظية واللغة غير اللفظية معاً. ويقسم الاتصال إلى أنواع متعددة تبعاً لمعايير مختلفة: كالهدف العام للاتصال، مثل القول اعلام "إخبار" أو دعاية أو اعلان أو حرب نفسية، أو تبعاً للوسيلة المستخدمة كالقول: اتصال صحفي، أو اتصال إذاعي، أو اتصال تلفزيوني، أو تبعاً للحاسة التي تستقبل الاتصال كالقول: اتصال مسموع أو اتصال مرئي، أو تبعاً للموقف الاتصالي كالقول: الاتصال المواجهي او الاتصال الجماهيري.[8]

وإذا كانت "الصورة" من بين أقدم الوحدات اللغوية في الاتصال الإنساني فهي ما تزال تشكل وحدة مهمة في مجمل حركة الاتصال اليوم

وحين ظهرت وسائل الاتصال الجماهيري، كالكتاب والصحيفة، والسينما، والتلفزيون، قاد ذلك إلى انعطاف واسع في استخدام "الصورة" في الاتصال بأنماطه المختلفة، ليس بقصد المعاونة على نقل المعاني حسب، بل من أجل زيادة فاعلية وسائل الاتصال الجماهيري نفسها في أداء وظيفتها الاخبارية، والترفيهية، والتثقيفية، فضلاً عما تضيفه من تشويق وجاذبية وإثارة ووضوح.

وقد ظهرت "الصورة" في الكتب منذ وقت مبكر، ثم ظهرت في الصحافة، رسوم واقعية، وكارتونية، وكاريكاتيرية، وفوتوغرافية، ولعبت دوراً مهماً إلى جانب الكلمة المطبوعة، وازداد بفضلها الإقبال على الصحف، حيث برز دورها كأحد متطلبات الخبر على أساس انها شاهد

يعبر عما يجري من أحداث كما إنها تساهم في التعريف بالأشخاص، وتعطي الشكل أو الهيئة لما هو غير مألوف، أو غير متوقع أو غير مفهوم، مع أبراز تفاصيل تتطلبها الرسالة الاتصالية، إذ ان إدراكها أكثر يسراً من إدراك المادة المطبوعة، فضلاً عما لها من جاذبية في كثير من الأحيان.

وتلعب الصورة دوراً أساسياً في السينما لذا كان مصطلح الصور المتحركة Motion Pictures هو تسمية أخرى للسينما.

وكان للصورة دور مهم حين كانت السينما صامتة، إذ أمكن التعبير من خلالها في مواقف مشهودة عن كثير من المعاني بدقة ووضوح. ويشار إلى ان فيلم "العصر الحديث" لشارلي شابلن رغم ان التمثيل فيه كان صامتاً الا انه أمكن الإفصاح فيه بشكل واضح عن مضمون الفلم القائل "ان العالم الحديث يحطم الفرد، وليس هناك مكانة للشخصية الحرة الممتلئة بالحيوية في عالم تسيطر عليه الآلات وأصحاب الأعمال والبوليس". وكان شارلي شابلن من أوائل الذين أبدوا الحسرة حين نطقت الصورة في السينما.

ويعد التلفزيون الوسيلة الأكثر شيوعاً التي جمعت بين مجمل رموز اللغة بما فيها الصورة مما وفر له القدرة على أداء التجسيد الفني للأفكار والموضوعات بكفاءة عالية، إذ ينطوي التجسيد الفني على تحويل المعاني والحالات إلى صور وهيئات بحيث تبدو جميلة او مثيرة أو واضحة ليس من خلال اللغة اللفظية وحدها بل من خلال عناصر أخرى بما فيها الصورة.[8]

ومع مطلع التسعينيات اتسع نطاق البث التلفزيوني الدولي الفضائي، وأصبح العالم بما فيه الوطن العربي تحت تغطية عدد كبير من القنوات التلفزيونية الدولية والناطقة بلغات شتى بما فيها العربية.

ويشكل الاتصال الفضائي الدولي انعطافة كبرى في استخدام الصورة في حركة الاتصال العابرة للحدود، حيث تشكل الصورة وحدة أساسية من وحدات لغة التلفزيون.. ولكن رغم كل ما يقال عن أهمية "الصورة" في عملية الاتصال فهي وحدها غير كافية لتحقيق أغراض أساسية في

العملية الاتصالية، لذا فإن ائتلاف الصوت والصورة معاً كان عاملاً في فاعلية الرسالة الاتصالية عبر التلفزيون. ويزيد في تلك الفاعلية توظيف وحدات رمزية أخرى في العمل التلفزيوني إلى جانب الصوت والصورة، مثل الألوان، والأضواء والظلال وما إليها، حيث تتعامل هذه الوحدات الرمزية معاً، سواء أكانت مسموعة أم مرئية، في كلٍ واحدٍ يحمل المعنى، إذ على الرغم من ان الإنسان يحصل على نحو ٩٠٪ من المعلومات عن طريق البصر ونحو ٨٪ عن طريق السمع، الا انه ليس بالوسع فصل أي من العناصر الرمزية عن ذلك الكلِّ المركب الذي يشكل لغة عملية الاتصال عبر الوسيلة. فإذا كانت رموز لغة الصحافة تتمثل في الكلمات المطبوعة والصور والرسوم والنقوش والأطر والمساحات اللونية والفراغات، فإن الرموز في لغة الإذاعة تشتمل على الألفاظ والأصوات الأخرى؛ بينما تنطوي لغة التلفزيون على الألفاظ والصور والألوان والحركات والظلال والإشارات والمؤثرات الصوتية والصورية.. وكل جملة رموز في أي وسيلة من وسائل الاتصال هي كلٌ مركب تتجسد من خلاله المعاني والأفكار والمشاعر التي يطلق عليها: مضمون الاتصال.

ومع ذلك من الممكن لعنصر رمزي في النظام اللغوي ان يكون ذا فاعلية أكبر في هذه الوسيلة أو تلك، وهذا ما يتضح في التلفزيون الذي يظهر فيه كبر دور الصورة ليس من حيث تعبيرها عما يضمه مضمون المادة التلفزيونية حسب، بل من حيث أشغالها لانتباه الجمهور، حيث ان النظر إلى الصورة التلفزيونية أمر ميسور لا يستلزم جهداً، بينما يتطلب الاستماع للصوت انتباهاً وانصاتاً.

ومن هنا ارتبط مضمون التلفزيون بثقافة الصورة، أي بما يمكن للتلفزيون ان يشكله من مضمون ثقافي لدى الجمهور نتيجة التعرض للمادة التلفزيونية، حيث يقود التلفزيون بمواده المصورة الجاهزة إلى تكوين عناصر ثقافية لدى أكبر عدد من الناس قد لا تكون عميقة بمستواها الا انها واسعة في مساحتها دون ان يتوفر ما يربط بين تلك العناصر، حيث تتبلور تدريجياً نتيجة "التفرج" على التلفزيون.

ثالثا.. الصورة: ثقافة الشباب

بعد أن استعرضنا مفهوم ثقافة الشباب وعوامل تكوينها ، وخصائص الصورة، باعتبارها إحدى الوحدات الرمزية الأساسية في لغة التلفزيون، نعرض فيما يلي أبرز احتمالات تأثير التلفزيون في جانبين أساسيين من ثقافة الشباب هما : مضمون ثقافة الشباب، وبنيانها ، من خلال المحاور التالية:

١ - انتشار التفكير بالصور

يمارس الإنسان الاتصال مرسلاً ومستقبلاً من خلال لغة الكلام التي هي لغة لفظية إضافة إلى لغة أخرى هي ما يسمى باللغة غير اللفظية – كما سبق ان أوضحنا - وعلى هذا إذا كانت اللغة اللفظية وعاءً للفكر فإن اللغة غير اللفظية تعد وعاءً آخر له، حيث أتيح للإنسان "بفضلها " ان يفكر من خلال الأشكال والإشارات والأصوات والألوان والحركات.

وهنا من الممكن الإشارة إلى التفكير بالصور، حيث ان التلفزيون يبادر –في العادة - إلى تقديم الصورة التلفزيونية، مما لا يتيح بقدر كاف للمشاهدين تكوين صور ذهنية Images عن الأحداث والأفكار أو لا يحفز على ذلك ما دام التلفزيون يقدم الصور جاهزة، الامر الذي يقلل من حجم ونوع التفكير والتخيل، على أساس ان هاتين العمليتين العقليتين تنطويان على تكوين صور ذهنية... ومن هنا كان هناك فرق واسع بين القراءة ومشاهدة التلفزيون، حيث إن القراءة تتيح للقارئ ان يكون صوراً ذهنية ويمارس عمليات عقلية في مقدمتها التفكير والتخيل.

وعلى هذا تعد الصورة التلفزيونية، في أحيان كثيرة، عاملاً في تقليل كم وعمق إعمال العمليات العقلية المعرفية، حيث ان الأفكار والمعاني والوقائع تجد لها من خلال الصور التلفزيونية وجوداً شكلياً مصوراً أو هيئات بدل لجوء العقل نفسه إلى تكوين الصور الذهنية عنها.

وجدير بالذكر ان منظور العلوم الإنسانية يرى اليوم ان الفروق في القدرات الإبداعية ترجع أولاً إلى نمو العمليات العقلية المعرفية، لذا تولي العلوم التربوية اهتماماً لإنماء هذه العمليات وتعميقها ابتداءً من الطفولة.

وكانت الصور المسلسلة التي تظهر القصص في صحافة الأطفال مقطعة الأوصال من الموضوعات التي سبق ان نوقشت كظاهرة ذات تأثير في عمليات الطفل المعرفية.

وبوجه عام، إذا كانت اللغة اللفظية وعاء للفكر فإن اللغة غير اللفظية تعد وعاءُ آخر له، حيث ان التلفزيون أتاح للإنسان ان يفكر من خلال الأشكال والإشارات والأصوات والألوان والحركات.

ويشكل التلفزيون اليوم بفضل سواتل الفضاء جواً اتصالياً يحيط بالمجتمع بما في ذلك الشباب، ويعد هذا الجو بلغته اللفظية وغير اللفظية وبمعانيه قوة مؤثرة في السلوك والشخصية والثقافة، إذ ان اللغة تمارس هيمنة على السلوك الاجتماعي والفردي معا.

٢ - الانشغال ببعض التفاصيل:

كثيراً ما تكون الصور التلفزيونية مليئة بتفاصيل كثيرة، ذلك أن عملية التصوير التلفزيوني عملية معقدة، وغالباً ما تكون ظروف التصوير دقيقة، وخاصة تلك التي تنقل الاحداث والوقائع وحيث ان الهيئات التلفزيونية غير قادرة على إظهار تفصيلات دون أخرى الا وفقاً لاعتبارات وظروف محددة وممكنة، لذا فإن ذلك يقود إلى إشغال المشاهد بجوانب وموضوعات هي في عداد التفصيلات غير الأساسية –في الغالب -أي ان الاقتصاد غير قائم في كثير من الصور التلفزيونية، بينما يتضح الاقتصاد جلياً في الخبر المطبوع.

ومن جانب آخر، فانه حتى سنوات قليلة ماضية كانت الصور التلفزيونية موضع ثقة الجمهور إلى حد كبير حيث يرى فيها صورة صادقة في تعبيرها عن الواقع، الا ان التمادي في عرض المؤثرات الصورية والخدع السينمائية في العمل التلفزيوني قلل –إلى حد ما - من مصداقية الصورة التلفزيونية. وقد قاد هذا إلى عدم اكتراث الجمهور بكثير من الصور التلفزيونية، كما ان الجمهور يعزو –أحياناً - بعض الصور الغريبة إلى انها من صنع التلفزيون وليس تعبيراً عن واقع.

وعلى هذا فانه في الوقت الذي يمكن للشباب أن ينشغلوا بتفصيلات عن الاحداث والأفكار والمعاني، وفقاً لميولهم وخبراتهم واتجاهاتهم السابقة، أو وفقاً لتطلعاتهم المستقبلية، فإن من الممكن أيضاً ان يقل اكتراث بعض الشباب بكثير من الموضوعات التلفزيونية وقد يميل البعض منهم إلى التشكيك في صحة بعض الوقائع عبر التلفزيون مما يشكل تأثيراً في ثقافة الشباب.

٣ – الميل إلى الاستسهال في الحصول على المعلومات

تقدم الصورة جوانب ثقافية بأسلوب سهل الاستقبال، حيث لا يستوجب التعرض للتلفزيون جهداً كثيراً.. وغالباً، ما تبدو الثقافة التي يبثها التلفزيون سطحية، لذا ما تزال توجه إلى التلفزيون الاتهامات بأنه وراء شيوع كثير من أنماط السلوك غير المسؤول والذي ينمّ عن اللامبالاة بين قطاعات واسعة من الشباب .ويشار إلى ان التلفزيون، وثقافة الصورة فيه، تجعل الأطفال والشباب يعتادون على التلقي السهل للمضمون، ويعد التلفزيون واحداً من العوامل التي تحدُّ من رجوع نسبة عالية من الشباب إلى الكتب ذات المضمون الفكري العميق. وبهذا، يكون التلفزيون والصورة فيه، عامل تأثير في عناصر ثقافة الشباب وفي بنائها.

هوامش

(1) تم تناول تأثيرات الاتصال الدولي عبر التلفزيون الفضائي في عدة دراسات للمؤلف منها:

أ - التلفزيون الوافد وتأثيراته الاجتماعية المحتملة في الأطفال العرب، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٩ ١٩٩٦ (طرابلس - ليبيا).

ب - مدى تأثير القنوات الفضائية الوافدة في المجتمع العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد ٤ ، ١٩٩٥.

جـ - اتصالات الفضاء، واحتمالات تأثيرها في السرة العربية، مجلة الأسرة العربية، العدد ٢، ١٩٩٤، (الجمعية العربية للأسرة – تونس)

د - التلفزيون الوافد عبر الفضاء واحتمالات تأثيره السياسي في الوطن العربي، المستقبل العربي، العدد ٣، ١٩٩٦ (بيروت).

هـ - الثقافة العربية أمام تحديات الفضائيات الوافدة، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الآداب/جامعة فيلادلفيا (عمان).

و - الفضائيات الناطقة بالعربية وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية المحتملة في الطفولة الخليجية، المنتدى الإعلامي الخليجي حول التلفزيون وحقوق الطفل ١١ -١٣ فبراير (شباط) ٢٠٠٢ (الدوحة)

(2) د. هالة العمران، الشباب العربي في الخليج ومؤثرات أجهزة الإعلام، ندوة الشباب والمشكلات المعاصرة في المجتمع العربي الخليجي، البحرين، مكتب المتابعة ١٩٨٥.

(3) Bestu Zhev Lada, Social Problems: Faced by Young people today, social science, 1989, P 20.

(4) ادورد كييرا، كتبوا على الطين، ترجمة د. محمود الأمين، بغداد، ١٩٦٣.

(5) Reed H. Blake and Edwin O. Haroldsen, A Taxonomy of Concepts in Communication, New York, H. H. P, 1979, P 7.

(6) د. هادي نعمان الهيتي، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري، من بحوث المؤتمر الخامس لكلية الآداب/الجامعة، ١٩٩٣.

(7) د. هادي نعمان الهيتي، الاتصال والتغير الثقافي، بغداد، وزارة الإعلام، ١٩٩٧.

(8) د. هادي نعمان الهيتي، ثقافة الأطفال، سلسلة عالم المعرفة، الكويت.

(9) د. هادي نعمان الهيتي، صحافة الأطفال، بغداد، وزارة الإعلام، ١٩٨٦، ص٢٢٧، ٢٣٥ .

الدراسة السادسة

الإستمالات العاطفية في نداءات المتسولين

دراسة في صيغة من صيغ الاتصال المواجهي

المقدمـــة

يتكرر إجراء البحوث حول الاتصال الجماهيري عبر الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والكتب. أما الاتصال الذي يتحقق وجها لوجه فإن من النادر أن يلتفت إليه الباحثون، برغم انه نمط اتصالي له دوره الواضح، حتى ذهب خبراء الاتصال إلى التأكيد أن الاتصال الجماهيري لا يمكن أن يحقق آثارا ذات أهمية إذا لم يتكامل مع الاتصال المواجهي.

ولما كانت أنماط الاتصال المواجهي تتباين، لذا فإن هذا البحث أخضع صيغة اتصالية هي نداءات المتسولين، على أساس انها عملية اتصالية تتضمن أبعاد: المرسل، الرسالة، المستقبل، وهي تنطوي على مضمون يستوعبه شكل، وينتظر المرسل من إطلاق النداء، الذي هو رسالة اتصالية ، استجابة معينة.

وقد تم التقصي من خلال تخليل المضمون على ((الاستمالات العاطفية)) التي تستوعبها النداءات بقصد التعرف على التضمينات العاطفية التي يحتويها هذا النط الاتصالي الذي يقوم على اللغة اللفظية واللغة غير اللفظية.

وقد قمنا بتتبع خطوات ومراحل عملية إطلاق النداءات وما يعتورها من نداءات، وما يستعين به المتسولون من أساليب، وما يستخدمون من استمالات عاطفية، مع عقد المقارنة بين ما انتهى إليه البحث من استنتاجات وبين الأسس العلمية للاتصال، وصولا الى تحديد مدى التزام النداءات ببعض الأسس المعروفة عن الاتصال سواء اكان ذلك عن قصد من قبل المتسولين أم عن طريق المحاكاة أم عن طريق المحاولة والخطأ.

وقد توصل البحث إلى نتائج تعطي مؤشرات أساسية عن استخدام الاستمالات العاطفية في عملية الاتصال المواجهي.

هذا مع العلم ان الاتصال الجماهيري، يستعين بالاستمالات العاطفية، وخاصة من خلال الدعاية، والإعلان، كما انه يستعين بالاستمالات العقلية أيضاً.

وقد تهيأت لنا ظروف إجراء هذا البحث ميدانيا في ثلاثة مواقع في بغداد، وقد كان لمعاونة عدد من طلبتي في قسم الإعلام/ الدراسات العليا، دور في إنجاز الحصول على المعلومات الميدانية من خلال ملاحظة المتسولين، وتسجيل نداءاتهم، وظروف إطلاق النداءات...

الفصل الأول

منهجية البحث

أولا: موضوع البحث :النداءات والاتصال الاغرائي

في عصر ثورة الاتصال، أصبحت الرسائل الاتصالية تحيط بالأفراد والجماعات، وتشغل حيزا كبيرا من حياتهم. فهم يتعرضون لوسائل الاتصال الجماهيري المتمثلة بالصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والكتب، ويستقبلون رسائل اتصالية منظمة من خلال الندوات والمحاضرات واللقاءات، ويتلقون، عرضا، رسائل أخرى لا تحصى، ويتناقلون المعاني والمشاعر في أحاديثهم الاعتيادية، وبذا يتبادلون الاتصال : إرسالا واستقبالا، بدرجات متباينة، تبعا لمستوياتهم العمرية والمهنية والتعليمية ومهاراتهم الاتصالية وظروفهم الاجتماعية والاقتصادية وأوضاعهم النفسية، بحيث أصبحت ثقافتهم صنيعة لحركة الاتصال.

وإذا كان الاتصال الجماهيري يتمثل في إنتاج رسائل كثيرة وبثها إلى جمهور واسع، في وقت واحد، مع الاستعانة بالوسائل الجماهيرية، فإنه يتوجه إلى من يهمه الأمر، حيث أن الأفراد ينتقون الوسائل والرسائل وفقا لعوامل متعددة .أما الاتصال الذي يتم وجها لوجه فيكون –في الغالب - موجها إلى أفراد محددين، ومعروفين للمرسل. الا أن بعض الرسائل الاتصالية المواجهية، هي الأخرى، موجهة إلى من يهمه الأمر. حيث أن الأفراد يتعرضون لها بشكل عابر، وهم يشعرون أنهم ليسوا بذواتهم أهدافا للمرسل، مما يزيد الثقة بهم، حيث انتهى لازرسفيلد وبيررلسون وجوديت إلى أن شعور المتلقي بأن للمرسل نية للتأثير فيه يجعل من درجةثقة المستقبل تنخفض، لذا فإن الاتصالات العابرة، التي لا يشعر المستقبل أن لها غرضا معينا للتأثير فيه قد تكون درجة ثقة المتقبل بها أكبر.[1]

والنداءات التي تطلق في مؤسسات العمل، والمعسكرات، ومعاهد الدراسة، وأماكن العبادة، والمتنزهات، والساحات، والشوارع وغيرها من

أماكن التجمع للفت الانتباه إلى أمر، أو للتحذير، أو للتوجيه، أو للحث على اتخاذ نمط سلوكي عاجل أو للاستمالة إلى موقف، هي "رسائل"، منها ما هي موجهة إلى أفراد باعينهم، ومنها ما هي مرسلة دون استهداف مستقبلين بالذات.

وتعد النداءات رسائل ضمن عمليات اتصالية، ويغلب أن تكون عملية الاتصال التي تضم النداءات مواجهية، أي أن الاتصال فيها يتحقق – غالبا - وجها لوجه بين المرسل وبين المستقبلين، حيث ان مرسلا يطلق النداء (بعد أن يصوغه أو بعد أن يجده جاهزا) ويوجهه إلى حشد أو مجموعة أو جماعة لهدف معين. وإرسال النداء واستقباله يؤلف جزءا من عملية اتصالية لتوفر عوامل أساسية فيها، من أبرزها:

١. أن هناك طرفا مرسلا وآخر مستقبلا.
٢. أن قدراً من التفاعل الاتصالي يحدث بين الطرفين، أي ان هناك قدرا من التأثير المتبادل.
٣. أنها تحتوي على رسائل تحمل معاني ومشاعر وتتخذ أشكالا.
٤. أنها تستعين باللغة اللفظية وغير اللفظية في صياغتها للمعاني وتعبيرها عن المشاعر.
٥. أنها تستخدم اللغة المشتركة بين الطرفين.
٦. أن المرسل يستهدف غرضا معينا، ويستقبل رجع صدى ما يرسل من نداءات، أي انه يستقبل قدرا من ردود أفعال المستقبلين لحظيا.
٧. أن المرسل يعمل على التغلب على العوامل الخارجية المؤثرة في إيصاله المعاني إلى الآخرين وفي تعبيره عن المشاعر، أي انه يحاول التخلص أو التقليل من التشويش الاتصالي.Communication noise

وهذه العوامل تجعل من إطلاق النداءات واستقبالها عملية اتصالية [2] Communication process.

ويتشكل "النداء" من صيغة لغوية مركزة، اذ هو يتميز بالقصر، مما يمنحه قوة حيث ان ((الكلمات والعبارات الموجزة السهلة التذكر تميز الأهداف والتعاريف الاجتماعية وتكون رأيا فيها[3]))، لهذا فإن خبراء

الإعلان – مثلا - يؤكدون على مجموعة من المميزات للشعار، والنداء، حيث يشيرون انه ((يجب أن يكون بسيطا، بحيث يمكن فهمه، سهلا، بحيث يمكن تذكره، وممتعا في تكراره، ولما كان نجاحه يعتمد على ترديده، إلى حد كبير، فمن الواجب ان تتوفر فيه صفات الإيجا ز، والحيوية والأصالة، ويبدو ان سبع كلمات هي اقصى ما يجب استعمالها، بل ان ست كلمات تكفي حتى يكون في حدود الامان. ومن الأفضل أن يكون عدد الكلمات أقل من ذلك)).(4)

ولا يقتصر إطلاق النداءات في عملية الاتصال المواجهي، بل ان وسائل الاتصال الجماهيري (Mass Media) تستخدم النداء لحث الناس على تكوين اتجاه او اتخاذ نمط سلوكي، وهو، شأنه شأن جميع وسائل الاتصال الأخرى، ينطوي على معلومات، أو حكمة عميقة أو يعبر عن معاناة، أو يشير إلى توتر أو صراع أو حاجة أو مشكلة، أو مشاعر، بقصد الإيحاء أو الاستمالة أو الحفز أو الدفع أو التحريض. وأن يعرض في ذلك في شكل لمحة لافتة للانتباه. ومن أمثلة ذلك ما أطلقه مناحيم بيغن عندما حلق فوق أهرام مصر بطائرة مروحية بعيد توقيع اتفاقية كامب ديفيد حيث اكتفى عند ملاقاة الصحفيين بإطلاق أكذوبة على شكل نداء اتخذ أسلوب التعجب: ((ما أجملها من لحظات تلك التي تمعنت فيها في هذا الصرح العظيم الذي بناه أجدادي اليهود)) وقد تناقلت وسائل الإعلام في العالم تلك اللمحة كما أطلقها.

وعلى هذا إذا كان الاتصال الإعلامي –من الناحية النظرية -يخاطب العقل أولا، فإن هناك اتصالاً اغرائيا استماليا يخاطب الروح والعاطفة. ولكن يندر أن يتخذ الاتصال هذا الطابع أو ذاك فقط بسبب التداخل بين الجانبين، حيث يندر أن يتوفر الاتصال –حتى لو اقتصر على نقل المعلومات - يخلو من الاستمالة ما دام المرسلون الإعلاميون والتعليميون يستهدفون التأثير في الآخرين باتجاهات معينة ويريدون في الوقت نفسه تحقيق أهداف لأنفسهم.

ومن جانب آخر، فإن الرسائل الاتصالية، بما فيها النداءات تستعين باللغة، ومع ان هناك لغة حيادية وأخرى مشحونة بالعواطف الا أنه حتى في اللغة الحيادية يمكن تبين قدر من العاطفية بشكل من الأشكال، ((حيث ان كل استعمالات اللغة لها جانب الاستمالة، وأن الإنسان لا يستطيع أن يتفاهم بغير أن يحاول استمالة من يتصل له بطريقة أو بأخرى))[5]

وقد وصفت الاستمالة بسبب ما لها من قوة في التأثير، بأنها ((فن عجيب يلعب بالعقول والأفكار ويجعلها غير قادرة على التمييز بين ما هو صحيح وما هو غير صحيح)).[6]

وتحاول الدعاية استمالة جميع العواطف الإنسانية كالخوف، والكبرياء، والتفاخر، واحترام الذات، والطموح، وحب العائلة، والوعيد، والوعد بالجزاء، وغيرها، وتستغل هذه العواطف حسب الحاجة والظروف[7]، وكانت الدعاية الصهيونية –مثلا - قد اعتمدت استمالات عاطفية تمثلت في افتعالها التجاوب والتعاطف مع كل فئة أو جماعة بصيغة خاصة، واستجداء العطف، واستغلال عقدة الذنب لدى بعض الأطراف التي تخاطبها، واستثمار الحوادث والوقائع من أجل كسب الأطراف في الخارج وتحقيق التعبئة المعنوية في الداخل[8]، كما أن الدعاية الغربية تبرز النواحي النفسية لأي موضوع وتدفع الى التاثير في العواطف، بما في ذلك مشاعر الخوف البسيطة، ومشاعر الشرف المركبة، أو الرغبة في المقامرة، أو المشاعر التي لا تحظى بالاحترام كحب المال، أو المشاعر النبيلة كالشفقة واحترام النفس، والمشاعر الأنانية أو مشاعر الإيثار كحب الوالدين، حيث ان كل الدوافع تنتج في وقت ما، فرصة دعائية لتحقيق الأثر المنشود او لمحاولة تحقيق أثر ما ((وبهذا فإن الدعاية الغربية – مثلاً - لم تعد مسألة الدعوة لأفكار حسب، بل أصبح العمل على نشر المحركات التي تثير تصرفات معينة وتوقظ مشاعر محددة وتسبب انفعالات معينة، منها ما هو غامض.. وعلى هذا فإن تلك الدعاية تبحث دوما عن عناصر نفسية تثير رد الفعل المنشود[9]((، وفي هذا المجال

يؤكد لندلي فريزر أن على القائم بالدعاية كي يحقق هدفه - أن يعرف العواطف التي يستميلها أولا ، وأن يشارك الآخرين في عواطفهم التي يستميلها ، ويشير إلى أن القائم بالدعاية الذي لا يكترث لمشاعر الناس فانه لا يحسن القيام بدعاية ناجحة ، الا إذا كان الناس الذين يتوجه إليهم مستسلمين ، وهذا ما يحدث في المواقف التي تقابل الناس أثناء الأزمات.. ولكن الدعاية لا تعتمد على الاستمالة العاطفية فقط ، بل هي تلجأ في أحوال كثيرة إلى الإقناع.[10]

وللنداءات التي يطلقها المتسولون خصائص متفردة تميزها عن غيرها من النداءات الإعلامية أو الأعلانية ، أو الدعائية.. فالنداء الدعائي يتضمن - عادة - وجود صراع ، بدرجة ما ، بين المرسل والمستقبل في الموقف الاتصالي الواحد ، بينما لا يشترط وجود الصراع بين المتسول وبين مستقبلي ندائه. ويختلف نداء المتسول عن نداء المعلن في الهدف الذي يرمي إليه كل منهما ، الا أنهما يتشابهان من حيث اعتمادهما على الحث (Impulsion) أو طبيعة الاستمالة. ويلتقي نداء المتسول مع نداء الداعية في أن كلا منهما كثيرا ما يجنح إلى التهويل.. ويختلف نداء الداعية في أنه يركز على التحريك والإقناع معا ، بينما يسعى فيه نداء المتسول إلى التحريك وحده. أما النداء الإعلامي ، فهو يعتمد – نظريا - على العقل ، لذا فإن قوامه الاستمالة المنطقية.

واعتماد نداءات المتسولين على الاستمالة العاطفية يجعلها ذات بعد إغرائي ، حيث ان الرسائل الاغرائية تأخذ النواحي النفسية في الاعتبار [11] وعقل الإنسان الحديث يتأثر بالإغراء لذا تصاغ الشعارات كي تحقق ذلك الإغراء [12] ويستعين الدعاة والمعلنون بالنمط الاغرائي أيضاً ، وكثيرا ما تكون دوافعهم غير معلنة للطرف المستقبل. اما نداءات المتسولين ، فمع أنها نوع من الرسائل الاغرائية ، الا أن دوافع المتسول واضحة ، وفي بعض الأحيان تحمل رسائل المتسولين معاني غامضة ، ومع هذا فإن المستقبلين يدركون مقاصد المتسول استنادا إلى هيأته أو حركاته أو وقفته أو مكانه.

ثانيا: أهمية البحث :

تتخذ النداءات التي يطلقها المتسولون سمات متميزة عن نداءات وشعارات الدعاية، والإعلان، والحرب النفسية، والإعلام، في جوانب متعددة، من أبرزها :ان المتسول في إطلاقه النداء يخاطب حشدا (Crowd) يبدى إزاءه التودد والاحترام، ويشحن نداءه بتضمينات عاطفية من نوع خاص، فضلا عن أن تلك النداءات تشكل عنصرا من عملية اتصالية تقوم على المستوى الشخصي المباشر لكن الموقف الاتصالي، وطبيعة الهدف، وأسلوب الصياغة، ورجع الصدى، لها صفة التفرّد.

ونمط الاتصال الذي يمارسه المتسولون عند إطلاقهم نداءاتهم هو نمط فريد، لأنه يشكل عملية اتصالية مباشرة يمكن ملاحظتها ميدانيا، واستنتاج معطيات عن أسلوب ترميز الرسائل وأسلوب تقديمها وردود أفعال الجمهور إزاءها، أي أن طبيعة هذه العملية الاتصالية قابلة للإخضاع للبحث العلمي الميداني، وقابلة للإخضاع للملاحظة المباشرة، وصولا إلى نتائج علمية عن عملية الاتصال عموما، خاصة وأن المشكلة الأساسية التي تواجه بحوث عمليات الاتصال هي عدم إمكان إخضاع العملية الاتصالية للبحث العلمي بسبب كونها مستمرة من جهة وآجلة في تأثيرها من جهة أخرى، لذا يلجأ الباحثون إلى افتراض جمود عملية الاتصال لإمكان القيام بالعمل العلمي.

وعلى هذا فإن طبيعة دراسة عملية الاتصال من خلال تتبع الرسالة الاتصالية التي يطلقها المتسول تتيح –جزئيا - دراسة العملية الاتصالية دونما حاجة إلى افتراض جمودها، مما يتيح فهما أكبر لعملية الاتصال ويمنح القدرة على التحكم فيها والتنبؤ بما تقود إليه.

ودراسة الرسالة دراسة وافية هي في الواقع دراسة للعناصر الأساسية الأخرى لعملية الاتصال المتضمنة على المرسل، والقناة والمستقبل.[13]

ومن جانب آخر، يلاحظ ان دراسات الاتصال في العراق قد ركزت على الدعاية والحرب النفسية عبر وسائل الاتصال الجماهيري وعبر

اتصالات الفضاء دون الالتفات إلى الاتصال المباشر أو الاتصال المواجهي. وهذا يعني أن هناك إغفالا لجانب جوهري من الاتصال، في الوقت الذي يعنى علم الاتصال فيه بمجمل الظواهر الاتصالية المتعلقة بانتقال المعاني والمشاعر ودراسة عملية الاتصال والنتائج المترتبة عليها والمعوقات التي تعترضها.

وعلاوة على هذا كله، فإن نداءات المتسولين كشكل اتصالي اكتسبت سمات واتخذت أسسا لم يلتفت إليها الدارسون في الاتصال، خاصة "وأن كل شكل من أشكال الاتصال له مقوماته وإمكاناته.[14]"

ومع إن هناك انطباعات كثيرة لدى الناس عن نداءات المتسولين، إلا أن تناول هذا الأمر على وفق الأسس المنهجية العلمية يجعله أكثر وضوحاً ودقة"حيث أن الفرق بين الانطباعات التي يكونها الأفراد العاديون وبين مدخل الباحثين العلميين هو أن الباحث يحاول أن يصف عملية الاتصال أو مضمونها بطريقة منهجية، وموضوعية.[15]"

ثالثا: هدف البحث :

يهدف البحث إلى:

١ - تشخيص العوامل النفسية التي انطوت عليها نداءات المتسولين مما يشكل استمالات عاطفية وصولا إلى الوقوف على كيفية استخدام الاستمالات في هذا النمط الاتصالي المتميز، وبما يمكن أن يقود ذلك إلى فهم أوضح لعملية الاتصال المواجهي، تحقيقا لجدوى عملية.

٢ - تحديد مدى تلاؤم عملية صياغة النداءات وإطلاقها مع معطيات علم الاتصال، تحقيقا لجدوى نظرية علمية.

رابعا: عيّنة البحث :

شملت العيّنة ثلاث مناطق في بغداد هي:

١ - المنطقة المحيطة بالمسجد الكبير الذي يحتوي على المشهد الكاظمي الذي يضم مرقدي الإمامين موسى الكاظم ومحمد الجواد.

٢ - المنطقة المحيطة بجامع الشيخ عبد القادر الكيلاني.

٣ - منطقة الكليات في باب المعظم وكلية الآداب، كلية الشريعة، كلية اللغات، كلية التربية – ابن رشد -، حيث يتواجد في المنطقتين (١) و(٢) الزوّار والمصلون والمارة، ويتواجد الطلبة والمارة في المنطقة (٣)، لذا يجد بعض المتسولين في هذه المناطق أمكنة مناسبه لممارسة التسوّل.

ولم يكن بالوسع تحديد إطار للعيّنة، لذا أمضى الباحث بمعاونة عدد من طلبة الدراسات العليا في قسم الإعلام ثلاثة أسابيع لجمع النداءات التي يطلقها المتسوّلون خلال المدة من ١٩٨٩/٣/١ إلى ١٩٨٩/٣/٢٢.

وبلغ عدد النداءات التي تم جمعها (٢٠٠) نداء من (١٦٣) متسوّلا، وتم استبعاد جمع المعومات التالية:

أ. ما يوجهه المتسولون من أحاديث قصيرة إلى أشخاص محددين على أساس أن ذلك لا يؤلف نداءا..

ب. النداءات المكررة شكلا ومضمونا، حيث أن البحث لم يكن يستهدف مسح النداءات.

جـ. النداءات التي كانت بالاساس آيات قرآنية أو أحاديث نبوية.

د. النداءات الموجهة إلى الأئمة، حيث ركز البحث على النداءات الموجهة إلى الآخرين أو تلك التي تحمل أفكارا أو مشاعر ويراد بها استجابة الناس لهم.

خامسا: طريقة البحث :

تعتمد أغلب البحوث الميدانية على قيام الباحثين أو جامعي البينات بالاتصال بالأفراد والجماعات والتحدث إليهم بصور مباشرة .[16]الا أن هذا البحث تضمن الاستماع إلى المتسولين وتدوين نداءاتهم دون مبادلتهم الحديث ودون إشعارهم بوجود الباحث، وتدوين الملاحظات الأخرى في استمارة أعدت لهذا الغرض تضمنت خمسة حقول هي صيغة النداء، وشخصية المتسول من حيث الهيأة والجنس، والمكان والزمان، وملاحظات أخرى.

وبذا كانت الملاحظة المباشرة هي طريقة البحث، ذلك أن)) ملاحظة الظواهر كما تحدث تلقائيا دون إخضاعها لأي نوع من التحكم يعد ميزة من مزايا الملاحظة[17]، لأن ذلك يتيح الوقوف على السلوك كما يحدث فعلا وبصورة طبيعية(١٨) فضلا عن أن هذه الطريقة تتيح إمكانية قيام الباحث بتتبع ظاهرة التفاعل[19]، والكشف عن تفاصيل الظاهرة والعلاقات التي يحتمل ان توجد بين عناصرها أو بينها وبين الظواهر الأخرى[20]، وبذا استعان الباحث بهذه الطريقة في تشخيص أبعاد العملية الاتصالية ابتداء بالمرسل (المتسول) حيث تمت ملاحظة سلوكه الرمزي اللفظي وغير اللفظي، بما في ذلك حركاته وإيماءاته، وطريقة تلفّظه وهيأته، فضلاً عن ملاحظة ظروف عملية إطلاقه النداء بغرض الوقوف على الموقف الاتصالي.

سادسا: منهج البحث :

١ - اتبع الباحث في تناوله نداءات المتسولين منهج تحليل المحتوى Content analysis، وهو أسلوب منهجي كثيرا ما استخدم في بحوث الاتصال، علاوة على البحوث النفسية والاجتماعية، وهو في مجال بحوث الاتصال يتضمن وصف المحتوى الظاهر للرسائل والتعرف على سمات الاتصال واتجاهاته، وما يحمله من عناصر نفسية واجتماعية اعتماد على تصنيف وحدات المحتوى وفئاته المتضمنة في اللغة اللفظية وغير اللفظية.[21]

وقد اتبعت الخطوات التالية في التحليل:

أ. تحديد وحدات التحليل ممثلة بالنداءات، على وفق ما تم جمعه وتسجيله بعد استبعاد ما اعتبر في غير عداد النداءات واستبعاد كل نداء مكرر.

ب. تحديد فئات التحليل، أي ما يراد التقصي عنه في المضمون، وذلك من خلال اعتبار ((الخصيصة في الرسالة التي يراد بها تحقيق غرض اتصالي (Device) هي فئة للتحليل وهي "تنطوي على ما يتوسل به المرسل من أساليب وخصائص لاستثارة المخاطبين، ومنها الاستمالة العاطفية")) [22] وهذه الفئة (Device) تمثل إجراءً معرفيا يستعان به في تحقيق أغراض

محددة[23]، وعلى مستوى تحليل الرسالة الاتصالية يراد به التقصي عما يثير الانفعالات والرغبات والحاجات لدى الآخرين، أو ما ينطوي على القيمة الضمنية أو البواعث المتضمنة في الرسائل مما يمكن أن يطلق عليه أغراء (Appeal) عن طريق الاستغاثة أو التعجب أو الدعاء أو المناشدة ..مما يشكل استمالة عاطفية، حيث أن الاغراء، في هذا المعنى ينطوي على أي فعل لإثارة الحاجات أو الرغبات أو الانفعالات، بما في ذلك القيمة الضمنية أو البواعث المتضمنة في الرسالة، والتي كثيرا ما تكون دلالة على نجاح الإعلان أو الدعاية .[24]لذا تقسم الدعاية إلى عدة أنواع تبعا لنوع الخصيصة في الرسالة التي تثير الاستمالة المسماة (Device) [25] والتي اعتبرها هذا البحث فئة للتحليل. وعلى هذا فإن التقصي في مضمون النداءات قد انصّب على أساليب الاغراء، وعلى نوع الخصيصة المثيرة التي تشكل الاستمالة العاطفية، وهي بالأساس عنصر نفسي.

ج. تم تحديد العناصر النفسية بعديا دون اعتماد تصنيف جاهز، من خلال قراءة كل نداء، وتحديد العنصر النفسي الذي ينطوي عليه.

د. تم تصنيف النداءات تبعا لأنواع الطلب ولبعض أنواع التنبيه أو الإثارة، مع توزيع العناصر النفسية في كل نوع.

و. تم إجراء عملية التحليل مرتين تفصل بينهما مدة ستة أشهر تلبية لمطلب الثبات (Reliability)، واتضح ان هناك اتفاقا مقداره ٩٣٪ بين التحليلين .كما تم استبعاد التعريفات الإجرائية للمفاهيم، والاعتماد على التعريفات المتفق عليها، فضلا عن أن عناصر التحليل كانت ذات صلة بمحتوى الرسالة الاتصالية لغة ومضمونا مما يلبي مطلب الصدق Validity [26]

٢ - اتبع الباحث فضلا عن تحليل المحتوى المنهج المقارن لتحديد مدى تلاؤم عملية صياغة النداءات وإطلاقها مع بعض معطيات علم الاتصال، ذلك لأن المنهج المقارن يتيح مقابلة الاحداث والموضوعات المختلفة بعضها ببعض للكشف عما بينها من وجوه شبه أو علاقة وصولا إلى التفسير الصحيح.. وان المقارنات عل وفق المنهج العلمي تؤدي إلى فهم أعمق وأشمل للموضوعات المتعلقة بالاتصال.[27]

الفصل الثاني

العناصر النفسية في نداءات المتسولين
والاعتبارات الاتصالية في عملية النداء

نعرض في هذا الفصل نتائج البحث مبتدئين بتصنيف أساليب المتسولين في عرض نداءاتهم على وفق صياغتها اللفظية وطريقة تقديمها وعلى وفق ما انتهت إليه طريقة الملاحظة ومنهج تحليل المحتوى، ثم نعرض ما انتهت إليه المقارنة في مجال التواؤم بين عملية النداء، وعمليات الاتصال الأخرى.

أولا: أساليب المتسولين في عرض نداءاتهم والتضمينات العاطفية

اتخذت أساليب المتسولين في عرض نداءاتهم أحد عشر أسلوبا حسب الترتيب التالي:[(28)]

(1)الترجي ٢٤% (2)التذكير ٢٣% (3)الأمر ٨,٥%

(4)النهي ٨% (5)الدعاء ٧,٥% (6)التخويف ٧%

(7)التقرير ٦,٥% (8)الاستفهام ٥% (9)الالتماس ٤%

(10)الاستغاثة ٣,٥% (11)التعجب ٣%

ونعرض فيما يلي كل أسلوب مع التضمينات العاطفية فيها والتمثيل في كل محور.

(١) أسلوب الترجي :

ظهر هذا الأسلوب في ترجي المتسولين حصول أمور مرغوب فيها وقابلة للتحقق لأفراد الحشد، وتمثلت في:

ترجي النجاح في الامتحان – الزواج السعيد – تحقق الرغبات - دوام السرور - الصحة - القوة - الستر والحفاظ على الشرف - عودة الغائب - سلامة الغائب -انفراج العُقد والمشكلات - الشعور بالامان - النجاح في العمل - المستقبل الآمن - المركز الاجتماعي المرموق - زوال

الكرب والضيق - النجاة من الشرور - خذلان نوايا الخصوم -ابتعاد الحقد عن الصدور - التخلص من كل خبيث - دوام النعم - جمع الشمل - أداء فريضة الحج - سلامة الأبناء - سلامة الاقربين - سلامة الاحباب.

ووردت هذه العناصر في (٤٨) نداء، مثلت ٢٤٪ من مجمل النداءات ومن أمثلتها: ناجحين بعون الله - يحقق الله مرادكم - حجي ان شاء الله - الله يبعد عنكم أولاد الحرام - الله يرجع غايبكم بالسلامة.

(٢) أسلوب التذكير :

وظهر هذا الأسلوب في استرداد معان ووقائع ومشاعر عاطفية إلى ذاكرة الحشد في محاولة لاستدرار عطفهم. وظهرت في بعض نداءات التذكير توكيدات معنوية تثبت الوقوع، وجاء بعض آخر لإثارة التنديم كالتأسيف والتوبيخ. وتمثلت في الآتي:

التذكير بفضل الله على عباده –الأيام الفضيلة والمناسبات الدينية – شدة عقاب الله – رحمة الله وغفرانه – أسماء الأئمة وفضائلهم – الملك لله – بقاء الاثر الطيب – تعويض الحسنات – الحياة العائلية – فضيلة الكرم – حفظ الود – العطف – الصبر والتعاون – التدين – الوفاء – الصحة – السرور – الإحسان – نعمة القناعة – الموت خاتمة الشقاء – ضنك الفقر – معاناة المساكين – قساوة المرض – مغادرة الدنيا بدون الأموال.

ووردت هذه العناصر في (٤٦) نداء، بنسبة (٢٣٪) من مجمل النداءات ومن أمثلتها:

فلوس قارون ما نجته من المصير المحتوم – المكتوب ع الجبين لازم تشوفه العين –المال مال الله والسخي حبيب الله – ابن الحلال ما ينسى موتاه.

(٣) أسلوب الأمر :

ظهر هذا الأسلوب في إطلاق المتسولين نداءات أمر بشكل ضمني أو صريح، ومع أن الأمر يستدعي الفعل على وجه استعلاء الآمر على المأمور

مع الحتم والإلزام، الا أن أغلب النداءات الآمرة قد خرجت إلى معان مجازية منها الأمر للتحذير، أو التعجب، أو التمني، أو الدعاء أو التخويف، . وجاءت بعض صيغ النداءات على شكل أمر بالأمر، أي أنها لم تكن أوامر إلى المخاطبين بل تفهم بالقرينة أن الواسطة مجرد مبلّغ.

وقد تمثلت العناصر التي احتوتها النداءات على عناصر:

الأمر بالقيام بالعبادات – ذكر اسم الله – الانفاق في سبيل الله – زيارة المراقد المقدسة - المساعدة - الإحسان - التواد - إطاعة الله ورسوله.

ووردت هذه العناصر المثيرة للاستمالات العاطفية في (١٧ (نداء، بنسبة ٨,٥٪ من مجموع النداءات.. ومن أمثلتها:

حذار حذار من ملذّات الدنيا – اشتروا الآخرة فالدنيا فانية -من كان قادرا فلينفق – أحسنوا إلى من أذله الدهر – أعينوني أعانكم اللّه.

(٤) أسلوب النهي :

اتضح في بعض نداءات المتسولين أسلوب النهي، وهو نقيض الأمر، إذ يعني طلب الكف عن أفعال معينة، ومع أن النهي ينطوي على استعلاء وإلزام ممن هو أعلى إلى من هو أدنى، الا أن النهي في النداءات تكرر من خلال قيام المتسول بترديد العبارات وكأنه ينقل صيغا مقدسة او على شكل حكم، لذا فإن المتسول في نداءاته الآمر هو ناقل نواه.

وقد تمثلت العناصر التي احتوتها النداءات على العناصر التالية-:

النهي عن ترك الصلاة – نسيان ذكر الله - نسيان الإحسان – الإساءة إلى الآخرين - معصية الله ورسوله - الجحود - الطغيان – وعدم الندم .

وجاءت هذه العناصر في (١٦) نداء، بنسبة (٨٪) من مجموع النداءات، منها:

لا تطغ يا عبدي – رحمة الله واسعة لا تيأس من رحمة الله – لا تقابل ربك بوجه أسود – يا فاعل الخير لا تندم.

(٥) أسلوب الدعاء :

جاء أسلوب الدعاء في نداءات المتسولين – لجلب الخير – سؤال الغفران – التكفير عن الذنوب – دفع الشر - دفع غضب الله – دفع غضب الرسول - دفع غضب الأئمة – وقبول العبادات – دفع البلاء – الترحم على الموتى – الدعوة إلى رحمة العباد الصالحين – إسكان الموتى الجنان – وقبول رضى الله – قبول زيارة المراقد – رد الإحسان من الله.

ووردت هذه العناصر في (١٦) نداء بنسبة (٨٪) من مجموع النداءات، وفيها:

يا دافع القضاء والبلاء يا رب العالمين – دعاء مقبول ان شاء الله يسكن موتاكم الجنة.

(٦) **أسلوب التخويف** :

وقد انطوى التخويف على إبلاغ وتحذير وإنذار، ولكن هذه كلها تنطوي على المناشدة، أي إنذار مع استعطاف.

ومن بين هذه العناصر التي ظهر فيها التخويف:

إنذار تارك الصلاة – قرب يوم الساعة – غضب الله والرسول والأئمة – نار جهنم – اكتناز الأموال – الموت – زوال النعمة – الفساد في الأرض - الإصابات والبلايا – الظلم.

وجاءت هذه العناصر في (١٤) نداء بنسبة (٧٪) من مجموع النداءات، ومن أمثلتها:

الله ما يوفق ظالم – صدقة قليلة تدفع بلاوى كثيرة – الموت راحة واستراحة – نار جهنم محرقة البخلاء.

(٧) **أسلوب التقرير** :

وفي هذا الأسلوب مطالبة باستعطاف مع الإفصاح عن معلومات عن أوضاع المتسول الاقتصادية أو وضعه العائلي، أو الصحي..

وقد وردت هذه الجوانب في (١٣) نداء، بنسبة ٦,٥٪ ومن أمثلتها:

- معتاز معتاز - ابني شباب وراح – مريض وما عندي.

(٨) **أسلوب الاستفهام** :

وجاءت بعض النداءات استفهامية، ومع ان الاستفهام ينطوي على طلب العلم بشيء لم يكن معلوما، الا أن الاستفهام في نداءات المتسولين خرج إلى معان أخرى منها ما هي للإثبات أو التذكير أو الترغيب أو التنبيه، أو التفجّع، أو التعجّب..

وتمثلت نداءات الاستفهام في التساؤل عن أسباب ابتعاد الناس عن الدين – قلة المحسنين – تحجر القلوب – ضعف المروءة – جحود الناس – ضعف صلة ذوى القربى – قلة الوفاء – جشع الناس – ميل الناس إلى اكتناز المال – غلاء الأسعار .

وقد ورد هذا الأسلوب في (٨) نداءات بنسبة (٤٪) من مجموع النداءات ومن أمثلتها:

وين أهل الرحم – وين صار قارون وين صارت أمواله – ليش حلت اللعنة علينا ليش.-

(٩) أسلوب الالتماس :

وظهر أسلوب الالتماس في النداءات من خلال توجيه نداءات يعبر فيها المتسول عن أنه نظير لأفراد الحشد بترديد عبارات "أخواني"، أو "أخوكم" مما ينم عن الطلب من شخص إلى مثيله.

وظهر هذا الأسلوب في (٨) نداءات بنسبة (٤٪).. ومن أمثلتها:

آني أخوكم لخاطر الإمام – آني أختكم بس معتازة – أني مثلكم جيت أزور - الناس للناس.

(١٠) أسلوب الاستغاثة :

وجاءت بعض النداءات في أسلوب الاستغاثة أي طلب العون في حالة الضيق الشديد، أو توقع أمور مؤلمة لا قبل له بدفعها ألا بمعاونة الآخرين.

وعناصر هذا الأسلوب التي تدفع إلى عناصر انفعالية هي:

طالب النصر – تفريج الكروب – طلب العون.

وقد جاء هذا الأسلوب في (٧) نداءات بنسبة (٣,٥٪). ومن أمثلتها:

اللهم انصر عبدك المظلوم – اللّه ميشوفكم اللي شفته – يوسع عليكم بجاه الشفيع العليم - آني مفجوع.

(١١) أسلوب التعجّب :

وظهر هذا الأسلوب ﮐ نداءات تحمل مشاعر داخلية تستكبر أمورا نادرا أو مجهولة السبب أو تستغرب مواقف وأحوالا.

وقد جاء هذا الأسلوب ﮐ (٦) نداءات أي بنسبة (٣٪) ومن أمثلتها:

الستّار اللّه ما ظلّت شفقة - يا ستّار من مصايب الدنيا – اللّه يستر اللّه يستر – اللّه الحافظ والحافظ اللّه.

ثانيا: الاعتبارات الاتصالية في نداءات المتسولين

نعرض فيما يلي الاعتبارات الاتصالية التي اتضحت ﮐ نداءات المتسولين سواء كان المتسولون قد اكتسبوها عن طريق التجربة أم التكرار أم التقليد أم عن طريق المحاولة والخطأ، أم عن طريق الوعي بها.. حيث تبين وجود نسبة من التوافق بين ما يستعين به المتسولون ﮐ نداءاتهم وبين بعض أسس الاتصال العلمية، على المستويات النفسية الصرفة والمستويات الاتصالية الأساسية.

ووجود هذا القدر من التواؤم بين الجانبين يفصح عن مؤشرات متعددة من بينها شيوع الاستمالات العاطفية ﮐ النداءات، واتسام عملية إطلاق النداءات بكثير من سمات العملية الاتصالية، واتخاذها نمط الاتصال القائم على الاغراء بشكل واضح.

ونعرض فيما يلي أبرز الاعتبارات الاتصالية اعتمادا على ما اتضح ﮐ الجزء الأول من هذا الفصل ﮐ عملية تحليل المضمون، واستنادا إلى المنهج المقارن ﮐ تحديد أوجه الشبه بين سمات اتصالات المتسولين ومبادئ علم الاتصال:

١ – ارتباط النداء بالحاجات الإنسانية :

من بين المطالب الأساسية ﮐ الرسالة الاتصالية التي يؤكد عليها علم الاتصال ((أن تثير الرسالة الحاجات الشخصية للمستقبل وتقترح بعض الطريق لمقابلة تلك الحاجات.[29] Need))

وقد تبين من خلال تحليل المحتوى ان مجمل النداءات ترتبط بالحاجات النفسية والحاجات الاجتماعية، والحاجات المتعلقة بتقدير الذات، على أساس أن الحاجة هي اصطلاح يصف نقصا في الفرد وحالة توتر أو اختلال في التوازن يشعر به الإنسان بخصوص هدف معين، ويرغب القيام بنشاط ما لتحقيق هذا الهدف وإزالة التوتر أو استعادة التوازن[30]، واتضح ذلك الارتباط من خلال أساليب الترجي، والتذكير، والأمر والنهي، والدعاء، والتخويف، والتقرير، والاستفهام، والالتماس، والاستغاثة، والتعجب، حيث انطوت مضامين النداءات في هذه الجوانب على إثارة مشاعر الحاجات لدى المخاطبين، سواء كان على مستوى الحاجات النفسية كالحاجة إلى الاطمئنان وطول العمر، وتحاشي الأمراض... أم على مستوى الحاجات الاجتماعية كالحاجة إلى التعاون، والامان الاقتصادي، وتقديس الدين، واحترام التقاليد... أم على مستوى الحاجة إلى تأكيد الذات المتمثلة في الرغبة في تحقيق الآمال التي تدور في مخيلة الفرد.

وبذا فإن النداءات عملت على استثارة الشعور بالحاجات لدى المخاطبين إزاء موضوعات وأشياء وأشخاص، مع إظهار أن الاستجابة لنداءات المتسولين تشكل طرقا لإشباع تلك الحاجات إزالة لمشاعر التوتر واللاتوازن.

وركزت بعض النداءات على رغبات (Wants) هي تعديل للحاجات وفقا لمتطلبات البيئة في محاولة لإثارة الدوافع.

وأبرزت بعض النداءات على مستوى المتسول مبالغة في التعبير عن حاجاته المادية بوجه خاص، وأبرزت نداءات أخرى على مستوى المخاطبين تهويلا في كبر حاجاتهم وطرق مقابلتها. وبذا تكون عملية إطلاق النداء عمليات اتصالية مشابهة لبعض عمليات الدعاية، والإعلان، حيث تجنح الدعاية والإعلان في الغالب إلى المبالغة والتهويل، فالدعاية مثلا ((حتى في حالة انطوائها على حقائق فانها لا تخلو من مبالغة تظهر فيها التعميمات

المتعددة، إذ يعد ذلك أحد مبادئ الدعاية))[31]، وكذا الحال بالنسبة إلى الإعلان، حيث تعتبر المبالغة فيه إحدى مدارسه الأساسية.

٢ - ارتباط النداءات بالعوامل النفسية المشتقة :

إذا كانت الحاجات تشكل محاور أساسية ترتبط بها عوامل نفسية أخرى كالبواعث والدوافع والانفعالات والحوافز والميول والعواطف والاتجاهات النفسية، فقد أفضح تحليل المحتوى أن أغلب النداءات قد عملت على إثارة انفعالات سارة وأخرى غير سارة، وحاولت تحريك الدوافع باتجاهات مختلفة، والتناغم مع الميول النفسية، والتعامل مع العواطف، وإرضاء الاتجاهات النفسية العامة كما تعاملت مع الوجدان من خلال إثارة اللذة والألم.

وعلى مستوى المتسولين أبرزت مجمل النداءات عناصر نفسية مختلفة، منها ما اتضح من خلال تعبير بعض المتسولين عن حالات الضيق أو المرارة أو الضجر في وقت أبدى فيه بعض المتسولين وجدان لذة واضحة من خلال تعابير وجوههم او إطلاقهم نوادر أو تعليقات بين نداءاتهم.

وعلى هذا، فإن اعتماد النداءات على تلك العناصر النفسية يعني استثمارها جانبا من قدرات الاستمالة العاطفية، مما يجعل من عملية إطلاق المتسولين لنداءاتهم عملية اتصالية تقارب –في هذا المجال – الاتصال الدعائي، حيث أن هذا الأخير ((يلجأ إلى فن تعبئة القوى العاطفية والحاجات الذاتية بقصد خلق حالة تسمح بتسيير التأثير، لذا يوصف الاتصال الدعائي، بأنه عملية نفسية تقوم على أساس السعي إلى تغيير الرأي أو السلوك أو تعديل أي منهما أو كليهما استنادا إلى خلق نوع من الإثارة النفسية)).[32]

٣ - إثارة الانتباه :

يتمثل الانتباه في إجراء التوافق بين الحواس، وخاصة السمع والبصر وبين إدراك المثيرات.

وقد تبيّن من ملاحظة المتسولين أنهم يحرصون على إثارة انتباه المخاطبين إلى نداءاتهم من خلال التنغيم والتنويع في النبرات الصوتية

واستخدام كلمات مشحونة بالعواطف فضلاً عن إصدار الحركات والإيماءات والتعبيرات الوجهية، وإظهار بعض الإصابات أو مظاهر الإعاقة، فضلا عن إظهار هيئاتهم بشكل يثير العطف وخاصة من خلال ملابسهم التي يريدون بها ان تحمل معنى ((حيث أن للملابس وظائف غير الوقاية من الحر والبرد والزينة والحياء، منها ما هي ذات دلالة على المكانة الاقتصادية والوضع الاجتماعي)).[33]

وحول الانتباه والتعرض للمثيرات الاتصالية توفرت دراسات كثيرة، وقد تبين فيها أن الأفراد يميلون إلى الانتباه وتعريض أنفسهم للرسائل الاتصالية التي تتوافق مع حاجاتهم وميولهم واتجاهاتهم وعقائدهم، وقد يكون بيرلسون (Berelson) وستينر (B.A. Steiner) من أوائل من صاغوا العبارة القائلة: أن الناس يميلون إلى الانتباه والتعرض للاتصالات المتوافقة مع ميولهم أكثر من غيرها [34]على أساس أن الانتباه انتقائي، وكذا التعرض والإدراك.

٤ – إثارة التقمّص الوجداني :

يعني التقمّص الوجداني (Empathy) قدرة الفرد على فهم الحالة الذهنية لشخص آخر، وتخيل نفسه في ظروف الآخرين.

ومن خلال تعبيرات بعض المتسوّلين عن أنفسهم فإنهم يحفزون الآخرين على أن يضعوا أنفسهم – تخيليا - في مواضعهم بغرض مشاركتهم وجدانيا أو التوحد معهم.(Identification) [35]

ويولي علم الاتصال لمسألة التقمص الوجداني أهمية كبيرة لذا يفرد لها حيزا من اهتمامه.[36]

ولوحظ أن أغلب المتسولين يحاولون إبداء التودد إلى المخاطبين من خلال الرقة في توجيه النداءات، وإبداء الاحترام والتقدير لهم مع ذكر أسماء محببة أو مقبولة دينيا أو اجتماعيا، مع الحرص على إرضاء مشاعرهم دون اللجوء إلى الإكراه في محاولة لبلورة ((شعور متبادل يطلق عليه اتصاليا: التوجه المشترك)) .[37] CO-Orientation وهو عامل نفسي يقترب من التقمص الوجداني.. وبذا يتضح تواؤم بين عملية نداء المتسول وبين الاتصال

الدعائي ((إذ يغلب استخدام الألفاظ المختارة المهذبة والتعبيرات التي تنم عن تقدير رجل الدعاية للمخاطب)).[38]

٥ - إثارة العمليات المعرفية :

وظهرت في نداءات المتسولين من حيث الشكل والمضمون وطريقة التقديم محاولات واضحة لإثارة بعض العمليات العقلية المعرفية دون بلوغ الأنواع الراقية منها كالتفكير الموضوعي، حيث اتضحت إثارتها للإدراك، والتذكر والتخيل وأنماط التفكير غير الموضوعي بوجه خاص، مثل التفكير التسلطي أي التفكير بعقول الآخرين، والتفكير الاعتباطي والتفكير غير الواقعي، وخاصة في محاولتها مناداة الأئمة أو الأولياء أو قوى غير مرئية ، ومع ذلك فإن المتسولين من خلال نداءاتهم يحاولون إضفاء المعقولية على ما يطلقون من خلال محاولتهم التعبير عن المعاني والمشاعر، -في هذا المجال - في جدية أو وقار أو تظاهر بالصدق وعدم التناقض.

وفي هذا الصدد تؤكد مبادئ علم الاتصال على أن يكون الموقف الاتصالي متسما بالمعقولية وعدم التناقض.[39]

٦ - ربط مضمون النداءات ببعض جوانب الثقافة العامة :

في الوقت الذي تبين فيه أن نداءات المتسولين كانت تراعي الحاجات والعوامل النفسية ، فانها كانت تعني أيضا ببعض الجوانب في أوضاع المستقبلين الاجتماعية وظروفهم الاقتصادية وعقائدهم وعاداتهم وتقاليدهم ومشكلاتهم واهتماماتهم وتوقعاتهم العامة.

ويتضح التلاؤم بين هذه الجوانب وما يركز عليه علم الاتصال في وجوب ((ربط الرسالة الاتصالية بدوافع واهتمامات الأفراد المباشرة)) [40] كما يلاحظ ان المتسولين يلفتون الانتباه إلى مسائل من الثقافة العامة في المجتمع وخاصة من عموميات الثقافة Cultural Universals وخصوصياتها Cultural Specialtiesدون البديلات الثقافية Cultural Alternatives حيث أن هذه الأخيرة تعد معاصرة ودخيلة[41]، وهذا يعني أن النداءات لا تعبر عن الواقع بل تستعين بتقديم صورة منتقاة له من خلال تركيزها على ما

يحرك العوامل النفسية والاجتماعية إلى اتجاهات محددة فقط. لذا كان مضمون النداءات في حدود الإطار الفكري العام، وفي حدود الحاجات الأساسية للمستقبلين، فضلا عن أنها كانت تساير المعايير والتوقعات الشائعة دون أن تحمل ما يعبر عن المغايرة، لذا جاءت أغلب النداءات في حدود الأفكار المسبقة أو الأفكار النمطية Stereotypes على وفق ما يفهمها المتسول، أو على وفق ما اعتاد ترديدها تقليدا.

وعلى هذا فإن نداءات المتسولين تختلف –في هذا المجال - عن بعض أنماط الاتصال، وخاصة الاتصال الدعائي، حيث أن الدعاية قد تبدأ، أحيانا، بالمسايرة أو تعتمد عليها في البداية، الا أن هدفها هو المغايرة، أي مغايرة ما هو قائم وصولا إلى إقناع الآخرين بالهدف الموضوع. مع هذا هناك أنماط من الاتصال تتماشى مع الجمهور وتتميع معه، لكن المبدأ الاتصالي العام يقرر أن استجابة المرسل للمستقبلين بحدود فقط، دون الوصول إلى درجة التميع معهم. أي أخذ طبيعة واهتمامات الجمهور في الحساب والتعامل معها دون التضحية بالهدف، ((والمرسل الذي لا يلتزم بذلك لا يمكن أن ينتج دعاية مؤثرة الا إذا كان القوم الذين يوجه إليهم دعايته مستسلمين، وهذا ما يحدث في المواقف التي تقابل الناس خلال الأزمات.[42])) وقد ظهر ان المتسولين يحاولون إرضاء الاهتمامات المتوقعة للآخرين، وأن يتركوا انطباعات إيجابية عن المفاهيم المرغوب عنها.

وهناك حقيقة اتصالية أوضحتها دراسات عديدة هي أن مستقبل الرسالة يفسر الرسالة استناداً إلى إطاره الدلالي، وترسم ذلك الإطار عقائده وقيمه واتجاهاته وعقائد وقيم واتجاهات الجماعة أو الجماعات التي ينتمي إليها[43]، فالشخص الذي يتلقى الرسالة يميل إلى تفسيرها على وفق توجهات نظره السابقة[44]، ووجد أن كثيرا من النداءات متوائمة من هذا المنظور عن طريق التجربة أو عن طريق الوعي العام بها. حيث أن ((الرسائل تختلف من حيث شكلها ومضمونها باختلاف الأفراد الموجهة إليهم، لذا فإن مفهوم الجمهور يدخل كمتغير في صياغة الرسالة من حيث مضمونها ورموزها وعوامل أخرى كالجاذبية والاغراء.[45])) وقد تبين

ان بعض نداءات المتسولين الموجهة إلى الطلبة تترجى لهم النجاح، والموجهة إلى الباعة بزيادة النعمة، والموجهة إلى الخارجين من الجوامع بالدعاء بقبول الصلاة أو الدعاء بقبول الدعاء، وللمتبضعين بإبداء التأفف من الغلاء، وللفتى والفتاة اللذين يتبادلان حديث الهمس بتحقيق المراد.

٧ – مراعاة الزمان والمكان :

من بين أحد معايير الدعاية الأساسية، " التوقيت "، أي اختيار الوقت الملائم الذي يتفق مع سيكولوجية المستقبلين [46] ويلاحظ أن نسبة قليلة من المتسولين، ينتبهون إلى هذا الجانب، وهؤلاء يكتفون بعبارات صباح الخير، أو اليوم جمعة والصلاة على محمد أو مراعاة الأعياد والمناسبات الدينية.

ويلتفت كثير من المتسولين إلى المكان في نداءاتهم، فالنداءات في منطقة الكاظمية تختلف من بعض الوجوه عن النداءات في منطقة باب الشيخ، كما تختلف نسبيا عن النداءات في منطقة الكليات في الباب المعظم. ويبدو أن أسباب ذلك لا ترجع إلى طبيعة الأفراد في هذه المناطق فقط بل إلى طبيعة الأجواء التي يفرضها المكان على المتواجدين وما تقود إليه من أحوال نفسية.

٨ – مراعاة رجع الصدى :

لوحظ أن بعض المتسولين يطلقون النداءات ويتمعّنون " في الوقت نفسه " في وجوه الآخرين للوقوف على استجاباتهم الفورية إزاء ما يطلقون من نداءات، وهم بهذا يحاولون التعرف على ردود الأفعال الفورية لنداءاتهم، ولوحظ ان بعضهم يعيد النداءات دون تغيير، ومنهم من يعيد إطلاق نداءات جديدة، مما يعني أن بعضهم يحاول الانتفاع من ردود أفعال الجمهور الفورية وتكييف النداءات تبعا لها.

وفي الاتصال الإنساني يعتبر رجع الصدى Feedback أبرز عوامل تحقيق ضبط عملية الاتصال، إذ يمكن من خلاله التحقق من نجاح العملية

الاتصالية أو فشلها [47]عن طريق ما يصل إلى المصدر من معلومات مرسلة من المستقبل حول نجاحه أو فشله في هدفه، مما يمهد له ضبط الرسالة التالية.[48]

٩ – تلافي التشويش :

يلاحظ ان بعض المتسولين يحاولون إيصال نداءاتهم بشكل واضح إلى الآخرين، لذا فإن منهم من يرفع صوته وخاصة وسط الضجيج ومنهم من يحاول الوقوف في أماكن مرتفعة كي يستطيع ايصال صوته وإظهار هيأته إلى أفراد الحشد، وهذا يعني أن هؤلاء يحاولون تلافي ظاهرة دخيلة على عمليات الاتصال هي ((ظاهرة التشويش الاتصالي (Communication noise) التي تعني فقدان بعض المعاني أثناء انتقالها من المرسل إلى المستقبل))، مع هذا فإن نسبة كبيرة من المتسولين لا تلتفت إلى هذا الأمر.

(١٠) اللجوء إلى التخويف بقصد الاستمالة :

تبين ان بعض المتسولين يطلقون نداءات تخويف مثل تلك التي تنذر بالموت أو نار جهنم أو قرب يوم الساعة لكن التدقيق في طبيعة هذه النداءات يكشف ان المتسولين لا يبتغون إثارة المخاوف بقدر ما يحاولون استمالة الآخرين أو لفت انتباههم.

والمعروف اتصاليا أن التخويف الزائد يقود إلى نتائج غير مرغوب فيها فقد بينت بعض الدراسات ان الرسائل الاتصالية التي تعمل على إثارة الخوف يقل تأثيرها كلما زاد قدر التخويف، أي كلما زاد عامل التخويف في الرسالة قلّ تأثيرها، ذلك لأن الجمهور الذي ترتفع درجة توتره بالتخويف الشديد، ولا يتم تخفيف ذلك الخوف، يميل إلى التقليل من شأن التهديد، أو قد يلجأ إلى الابتعاد عن الرسالة بدلا من أن يبدأ في التفكير في مضمونها.[49]

وإلى جانب ذلك فإن نداءات المتسولين تميل –أحيانا - إلى استغلال المواقف الغامضة، حيث أن قلة المعلومات عن موضوع معين أو الجهل به يجعل الفرد أكثر استعدادا لتقبله، كما أن بعض النداءات تستغل طبيعة

الحشد، حيث أن وجود الفرد ضمن حشد أو جماعة يضعف من قدرته النقدية، فيميل أكثر إلى تقبل الفكرة المطروحة، فضلا عن أن بعض النداءات تراعي الحوادث حيث ((أن من العوامل المساعدة على الإيحاء، ونجاح الدعاية استغلال الحوادث، لأن الأفراد يكونون، عادة، حسّاسين للحوادث المهمة)) .[50]

ومن خلال هذه المعطيات يتبين أن نداءات المتسولين هي عملية اتصالية إغرائية، تستعين بعدد كبير من التضمينات العاطفية التي تجعلها مشحونة بالاستمالات العاطفية، وبذا تقترب من صيغ الاتصال الدعائي والاتصال الإعلاني من وجوه عدة – كما سبق إيضاح ذلك.

وتبين، أيضا، أن هذه العملية الاتصالية تلتزم بكثير من الأسس التي أقرّها علم الاتصال، مما يشير إلى أن عملية النداءات اكتسبت خصائص يحتمل أن تكون قد تبلورت لدى المتسولين المختلفين بفعل عوامل متباينة، كالتقليد أو المحاولة والخطأ، أو الوعي ببعض أسس الاستمالة.

وعلاوة على ذلك، فقد تبين من خلال هذا البحث سعة التضمينات التي كانت تثيرها تلك النداءات ابتداء بالحاجات النفسية والاجتماعية والمتعلقة بتقدير الذات، مع مراعاة الدوافع والحوافز والوجدانات والعواطف واعتماد مثيرات مرتبطة بتلك التضمينات، فضلا عن ميل النداءات إلى مسايرة الأفكار والمشاعر العامة دون محاولة إبداء المغايرة.

وبذا فإن هذا البحث توصّل إلى محاولات جديدة يمكن أن تستخدم في الدعاية مع الحرص على ما ينبغي للدعاية أن تلتزم به من أخلاقيات، بحيث أن الالتزام بأخلاقيات الاتصال أصبحت مطلبا جوهريا في هذه المرحلة التاريخية في العالم كله، بعد أن جنحت فيه أنماط كثيرة من الدعاية إلى الإكراه والاغتصاب النفسي والتضليل والتهويل الكاذب، والحرب النفسية، وأصبحت في بعض الأحايين محاولة لزلزلة الشخصية واستلاب الذات، في وقت كانت فيه نداءات المتسولين –كنمط اتصالي - ترتكز عل كثير من المعلومات المرغوب فيها، والمتوافقة مع المشاعر النفسية للآخرين وملبية – شعوريا - للحاجات الإنسانية.

هوامش

(1) Carl Hovland, Credibility of communication, in: James H. Campbell and Hal. W. Helper Dimensions in communication readings, California, W. P. P. 1966, P 106.

(2)انظر حول سمات العملية الاتصالية :

Melvin L. De Fleur and Sandra ball-Rokeach, Theories of Mass communication, 3rd, New York, D.M. Company, 1975, P 108-125.

(3) د. محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٢، ص٢٢٧.

(4) المرجع السابق، ص٢٢٧، ٢٢٨.

(5) د. فتح الباب عبد الحليم، ود. إبراهيم حفظ الله، وسائل التعليم والإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٦٨، ص٣٠.

(6) مصطفى سعيد، فن الدعاية، بغداد، بدون تاريخ، ص٢٦.

(7) لندلي فريزر، الدعاية السياسية وأثرها على مستقبل العالم، ترجمة عبد السلام شحاته، القاهرة، شركة التوزيع المتحدة، ١٩٦١، ص١٥، 16.

(8) د. هادي نعمان الهيتي، الإعلام العربي والدعاية الصهيونية، بغداد، وزارة الثقافة والإعلام، ١٩٦٩، ص١٠٠ -١٠٥.

(9) ميلوتس ماركو، الحرب النفسية، ترجمة لبيب لهيطة، القاهرة، دار الثقافة الحديثة، ١٩٧٣، ص٤٢، ٤٣.

(10) لندلي فريزز، مرجع سابق، ص١١، ١٢، ١٥.

(11) Reed H. Blake and Edwin O. Haroldsen, A Taxonomy of concepts of communication, New York, H. H. P

(12) د. عبد القادر حاتم، مرجع سابق، ص٢٢٩.

(13) جلوريا د. فيليتسباند، البحث العلمي في مجالات الاتصال السكاني، القاهرة، مكتب اليونسكو، اتحاد إذاعات الدول العربية، ص٤٦.

(14) أحمد عبد الفتاح، الدعوة والدعاة لتنظيم الأسرة، القاهرة، مؤسسة روز اليوسف، بدون تاريخ، ص٧٢.

(15) د. محمد الجوهري، ود. عبد الله الخريجي، مناهج البحث العلمي، ج٢، ط٢، جدة، دار الشروق، ١٩٨٠، ص٢٨٩.

(16) Charles H. Backstrom and Gerald D. Harsh, survey research, 11th printing, 1972, P 24.

(17) د. محمد الغريب عبد الكريم، لبحث العلمي، التصميم والإجراءات والمنهج، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ١٩٨٢، ص١٤٤.

(18) د. صلاح مصطفى الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة، مكتبة غريب، ١٩٨٨، ص٢٧٤.

(19) د. محمد الجوهري، وعبد الله الخريجي، مرجع سابق، ص٢٧.

(20) د. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٧٦، ص٤٢.

(21) انظر حول إجراءات تحليل المحتوى

أ. Karl Erik Rosengren, Advances in content analysis, London. S.C. 1981

ب) د. هادي نعمان الهيتي، استخدام تحليل المحتوى في بحوث الاتصال في الوطن العربي، ندوة مناهج البحث العلمي في الإذاعة والتلفزيون – اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، ١٣ -١٥ نيسان ١٩٨٨.

(22) د. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ١٩٧٩، ص١٣١.

(23) Arthur Robert, Dictionary of Psychology New York, Penguin, 1985, P 197.

(24) Ibid, P 47.

(25) Reed H. Blake and Edwin O. Haroldsen, Op.cit, P 63.

(26) انظر حول مطالب الثبات والصدق.

Klaus Krippendorff, Content analysis, London, S.P., 1984, P 129, 155.

(27) د. هادي نعمان الهيتي، حدود مجالات استخدام مناهج وطرق وأدوات البحث العلمي في بحوث الإذاعة والتلفزيون يف الوطن العربي، مجلة دراسات عربية، العدد ٢٤، شباط ١٩٨٣، ص١٥.

(28) حول أساليب الطلب انظر:

أ - وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، الموسوعة الفقهية، الكويت، ١٩٨٥، ج٣، ج٥ فقرة الامر، الاستفهام.

ب - د. أحمد مطلوب، معجم المصطلحات البلاغية وتطورها، ج١، بغداد، المجمع العلمي العراقي ١٩٨٣، مفردة الامر، والاستفهام، وصول أساليب الاتصال وفقاً لسمة التحليل Device انظر:

Reed H. Blake and Edwin O. Haroldsen, Op.cit, P 63.

(29) Wilbur Schrumm, How communication works? In: K.T Garry, Mass communication; selected reading for Librarians, Clive Bingley, 1972, P 3.

(30) د. عبد اللطيف فؤاد إبراهيم، أسس المناهج، القاهرة، مكتبة مصر، ١٩٦٣، ص٢٥٤.

(31) د. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث؛ النظرية والتطبيق، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٢، ص٢١٤.

(32) المرجع السابق، ص٢٠٧.

(33) د. محمد محمد الزلباني، الأسس البيولوجية والسيكولوجية في الإنسان وعلاقتها بإنتاج الحضارة، القاهرة، الطبعة العالمية، ١٩٧٢، ص٣٣٢، 338.

(34) David O. Sears and Jonathan Freedman, selective exposure to information in: Shrumm and Roberts, the process and effects of mass communication, 1979, P 126.

(35) انظر حول التقمص الوجداني والتوحد:

د. هادي نعمان الهيتي، الاتصال والتغير الثقافي، بغداد، وزارة الثقافة والفنون، ١٩٧٨، ص١٦، ٤٧، ٥٠.

(36) د. جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٥، ص٣٦٣،.

(37) Juan E. Diaz Bordenave, communication and rural development, Unisco, 1972, P 15.

(38) د. محمود فهمي، الصوت والصورة، القاهرة، مكتبة الانجلو المصري، ص١٣٠.

(39) أحمد عبد الفتاح، مرجع سابق، ص١١٨.

(40) المرجع السابق، ص١١٨.

(41) انظر حول عموميات وخصوصيات وبديلات الثقافة:

د، هادي نعمان الهيتي، ثقافة الأطفال، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب – سلسة عالم المعرفة، ١٩٨٨، ص٢٩، ٣٠.

(42) لندلي فريزز، مرجع سابق، ص١١٠.

(43) Edwin Emery and Phillio Ault, Introduction to mass communication, New York, A.S.V. 1965, P 7.

(44) Howard Dean and Kenneth Bryson, Effective communication, P.H.Inc, 1961, P 34.

(45) Julius Gould and William Kolb, A Dictionary of social science, New York, The free press, 1969, P 41.

(46) د. سامية محمد جبار، مرجع سابق، ص٢١٤.

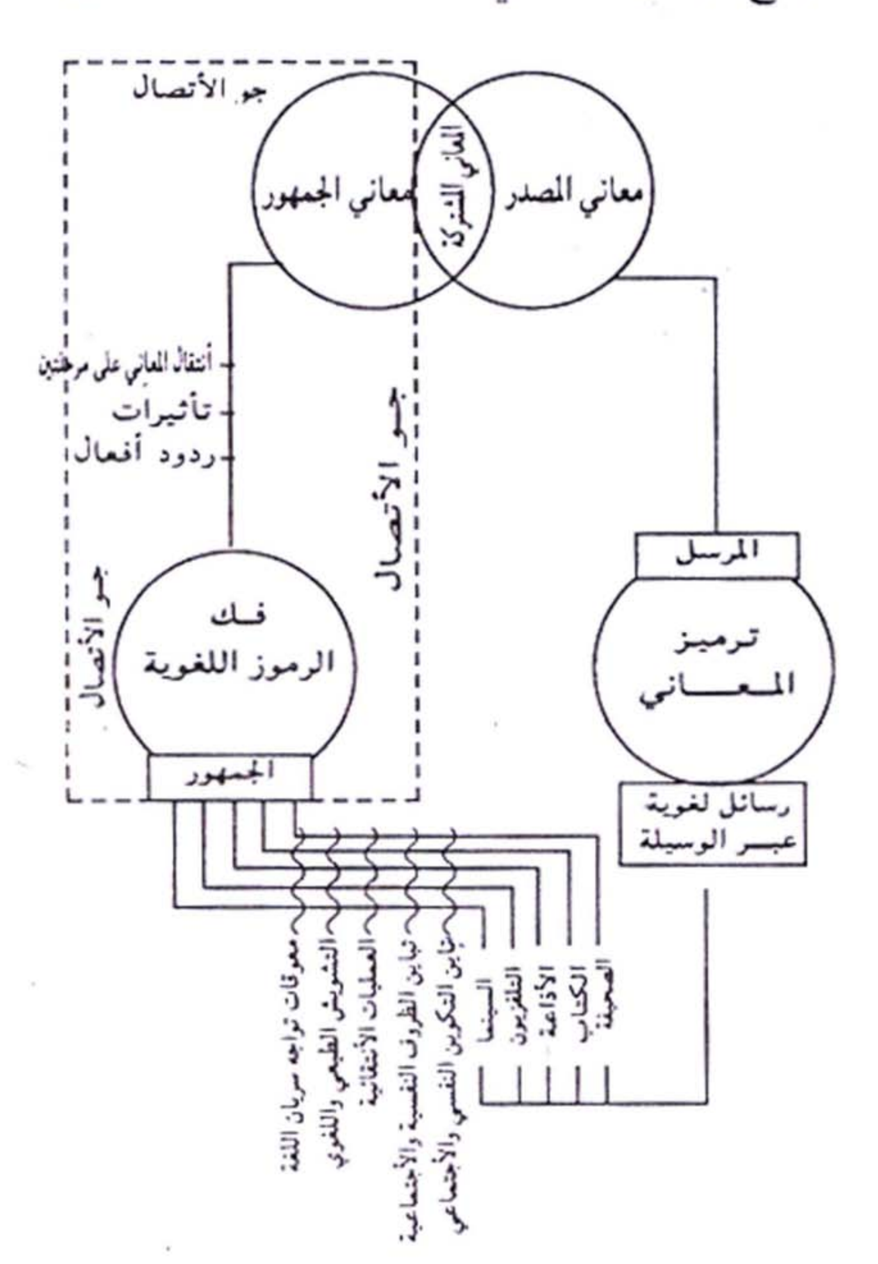
(47) David Berlo, The goal of interpersonal communication, California, W.K, 1966, P 41.

(48) Reed H. Blake and Edwin O. Haroldsen, Op.cit, P 12.

(49) د. جيهان أحمد رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، القاهرة، دار الفكر الحديث، ص٤٣٤.

(50) د. انتصار يونس، مرجع سابق، ص٣٦٦.

نموذج سريان اللغة في عملية الأتصال الجماهيري



محتويات الكتاب